

og Varemærkestyrelsen om løsning af en opgave kan være en selvstændig indikation om påtænkte markedsføringstiltag af interesse for konkurrenter med særligt kendskab til markedet. Med en generel udelukkelse af aktindsigt opnår kunden sikkerhed for, at servicesagen ikke kommer til andres kundskab. Hvis kunden ikke på forhånd er sikret en sådan diskretion, er der betydelig risiko for, at virksomhederne vil fravælge denne form for erhvervsservice, og målet med Patent- og Varemærkestyrelsens erhvervsservice vil derfor ikke blive nået. Det bemærkes, at der ikke herved ændres ved reglerne om egenaces jf. offentlighedslovens § 4, stk. 2. Der henvises i øvrigt til de almindelige bemærkninger pkt. 3.11.

Til nr. 14

Ændringen er en konsekvens af ændringen af artikel 79, stk. 2, i Den Europæiske Patentkonvention, samt ny regel 23a i gennemførelsesforskrifterne til konventionen, besluttet af Administrationsrådet for Den Europæiske Patentorganisation den 5. december 1996. I henhold til de gældende regler vil en europæisk patentansøgning, hvor Danmark er anført som land, hvori patentet skal have virkning (designering), blive omfattet af lovens § 2, stk. 2, 2. pkt., når den er blevet offentliggjort, uanset om designeringsafgiften for Danmark er blevet betalt. Ændringen i artikel 79, stk. 2, bevirker, at designeringsafgiften kan betales op til seks måneder fra datoen for publicering af den europæiske undersøgelsesrapport. I henhold til regel 23a bevirker disse ændringer, at en europæisk patentansøgning først omfattes af den i § 2, stk. 2, 2. pkt., nævnte situation i en designeret medlemsstat, når designeringsafgiften for denne medlemsstat er blevet betalt, uanset at ansøgningen tidligere er blevet offentliggjort med denne medlemsstat som designeret. For at skabe ensartethed med Den Europæiske Patentkonvention er det fundet nødvendigt at ændre bestemmelsen.

Til nr. 15

Den 3. september 1999 skiftede Patentdirektoratet navn til Patent- og Varemærkestyrelsen, og de foreslåede ændringer er en konsekvens heraf. For så vidt angår ændringer af navn i de øvrige rettighedslove, vil dette blive foretaget i forbindelse med en større revision af disse love.

Til § 2

Hjemmel til løsning af særlige opgaver, der vedrører varemærker og varemærkeret (erhvervsservice) findes i varemærkelovens § 47, stk. 1. Patent- og Va-

remærkestyrelsens erhvervsservice vedrører forhold, der ofte er en del af grundlaget for en virksomheds forretningsmæssige udvikling og fremtidige indtjening. Løsning af sådanne opgaver, som ydes af Patent- og Varemærkestyrelsen mod betaling, kan for den enkelte kunde have en væsentlig økonomisk værdi og strategisk betydning. En henvendelse om erhvervsservice vil normalt indeholde en lang række interne oplysninger. Disse oplysninger vil typisk dreje sig om planer om produktudvikling, salgsfremstød, markedsføringsstrategi, fremtidige samarbejdsplaner med andre virksomheder og lign. Hertil kommer, at selve henvendelsen til Patent- og Varemærkestyrelsen om løsning af en opgave kan være en selvstændig indikation om påtænkte markedsføringstiltag af interesse for konkurrenter med særligt kendskab til markedet. Med en generel udelukkelse af aktindsigt opnår kunden sikkerhed for, at servicesagen ikke kommer til andres kundskab. Hvis kunden ikke på forhånd er sikret en sådan diskretion, er der betydelig risiko for, at virksomhederne vil fravælge denne form for erhvervsservice, og målet med Patent- og Varemærkestyrelsens erhvervsservice vil derfor ikke blive nået. Det bemærkes, at der ikke herved ændres ved reglerne om egenaces, jf. offentlighedslovens § 4, stk. 2. Der henvises i øvrigt til de almindelige bemærkninger pkt. 3.11.

Til § 3

Hjemmel til løsning af særlige opgaver, der vedrører brugsmødder og brugsmødderet (erhvervsservice) findes i brugsmødderens § 45. Patent- og Varemærkestyrelsens erhvervsservice vedrører forhold, der ofte er en del af grundlaget for en virksomheds forretningsmæssige udvikling og fremtidige indtjening. Løsning af sådanne opgaver, som ydes af Patent- og Varemærkestyrelsen mod betaling, kan for den enkelte kunde have en væsentlig økonomisk værdi og strategisk betydning. En henvendelse om erhvervsservice vil normalt indeholde en lang række interne oplysninger. Disse oplysninger vil typisk dreje sig om planer om produktudvikling, salgsfremstød, markedsføringsstrategi, fremtidige samarbejdsplaner med andre virksomheder og lign. Hertil kommer, at selve henvendelsen til Patent- og Varemærkestyrelsen om løsning af en opgave kan være en selvstændig indikation om påtænkte markedsføringstiltag af interesse for konkurrenter med særligt kendskab til markedet. Med en generel udelukkelse af aktindsigt opnår kunden sikkerhed for, at servicesagen ikke kommer til andres kundskab. Hvis kunden ikke på forhånd er sikret en sådan diskretion, er der betydelig risiko for, at virksomhederne vil fravælge denne form for erhvervsser-