



LARA Engineering B.V. en LARA Inventing B.V. zijn dochterondernemingen van LARA Innovations & Solutions B.V.

Geachte relatie,

In deze uitgave 4 onderwerpen plus onze maandelijkse rubriek.

## Actie gratis beoordeling uitvinding alleen in 2010 nog geldig!

Per 1 januari 2011 stopt onze tijdelijke actie gratis beoordeling uitvinding. Indien u uw aanvraag in 2010 indient, zullen wij uw uitvinding nog geheel gratis beoordelen. Voor uitvinders die hun beoordelingsaanvraag in 2011 indienen, geldt weer het tarief van voorheen. Maak dus nog snel gebruik van deze speciale actie <http://www.lara-inventing.nl/cms-stap-1.html>

## Groep maritieme bedrijven met vertrouwen in LARA's competenties groeit gestaag



In maart 1994 startte LARA Engineering als éénpitter met een werktuigbouwkundig engineeringbureau in het Noorden van het land. Ergens in het jaar 2001 kwamen we voor het eerst in contact met de fascinerende wereld van de luxe- en megajachten. Nu, bijna 17 jaar later na de start, hebben we diverse bijzondere ervaringen mogen opdoen, mede dankzij een aantal goede opdrachtgevers uit het noorden van het land. Inmiddels zien we dat het maritieme klantenbestand zich heel geleidelijk aan uitbreidt over geheel Nederland. En er zijn zelfs leuke contacten gelegd met een paar buitenlandse potentiële opdrachtgevers. Onze uitdaging daarbij is, steeds, ervoor te zorgen dat wij het vertrouwen winnen van opdrachtgevers die niet in elkaars vaarwater zitten. Door openheid te geven en door goede afspraken te maken over concurrentiegevoelig zaken, hoeft geen van onze opdrachtgevers te vrezen voor onze geheimhouding. Uiteindelijk hebben wij als ingenieursbureau natuurlijk een belangrijke vertrouwenspositie daarin. En die positie nemen we dan ook graag in. Zoals gezegd, een uitdaging op zich om alles steeds zo op elkaar af te stemmen dat iedereen blij met ons is en ook blijft.

Door openheid te geven en door goede afspraken te maken over concurrentiegevoelig zaken, hoeft geen van onze opdrachtgevers te vrezen voor onze geheimhouding. Uiteindelijk hebben wij als ingenieursbureau natuurlijk een belangrijke vertrouwenspositie daarin. En die positie nemen we dan ook graag in. Zoals gezegd, een uitdaging op zich om alles steeds zo op elkaar af te stemmen dat iedereen blij met ons is en ook blijft.

## Speciale brochure yacht equipment engineering

We dachten dat het wel eens tijd werd om al onze maritieme equipment ervaringen op een rijtje te zetten. Dus hebben we een brochure samengesteld met werken waar we trots op mogen zijn en dankbaar dat die ons zijn toevertrouwd. De brochure is op verzoek verkrijgbaar voor potentiële opdrachtgevers uit de jachtbouw en yachtequipment sector. Deze verspreiden we dus niet zomaar in het rond! Afgelopen tijd hebben we de brochure aangeboden aan een aantal nieuw maritieme contacten. De reacties waren positief! De brochure is hier te bestellen <http://www.lara-engineering.nl/news/yacht-equipment-engineering.html>



Freddy de Jong  
technisch directeur



ing. Edwin Aalberts  
mechanical engineer



Linda Hölscher  
management assistent



ing. Roelf de Jonge  
design engineer



Lara de Jong  
commercieel directeur



## Succesvol vermarkten È Í last but not leastÎ

Wanneer een uitvinder zijn uitvinding bij ons ter beoordeling aandraagt, is veelal de meest prangende vraag, of er met zijn uitvinding geld te verdienen valt. Deze verdiensten kunnen pas binnenkomen nadat er al een hoop kosten gemaakt zijn. Nederlanders zijn goed in het bedenken van nieuwe ideeën maar schieten gek genoeg vaak te kort als het aankomt op het te gelde maken ervan. Zo wist tot dusver slechts één van de 6412 ingediende ideeën voor het televisieprogramma **Het Beste Idee van Nederland 2009** de markt te bereiken (Bizz 21 sept. 2007 nummer 9). **Het vermarkten is de laatste en voor de uitvinder tevens de moeilijkste fase van het hele traject. Hoe gaat deze laatste cruciale fase eigenlijk in zijn werk?**

Allereerst moeten we onderscheid maken tussen wel en niet geoctrooierde producten. Men kan er voor kiezen om helemaal geen octrooi aan te vragen en te gaan voor een snelle marktintroductie. Het is hierbij natuurlijk van belang te voorkomen dat een ander wel octrooi aanvraagt op dezelfde innovatie (dit kan door bijvoorbeeld het openbaar maken van het product/idee). De niet geoctrooierde vinding of idee kan dus door de uitvinder zelf geproduceerd en verkocht worden, of deze kan verkocht worden aan een bestaand bedrijf. Wanneer de uitvinder een particulier is, zal de optie om productie en verkoop in eigen handen te nemen niet snel gekozen worden. Vaak beschikken uitvinders namelijk niet zozeer over voldoende middelen

Een andere mogelijkheid is om in plaats van een octrooi alleen merken - of modelrecht aan te vragen op het product. Dit is aanzienlijk goedkoper dan een octrooiaanvraag. Maar daarmee levert het ook minder bescherming op. En veel bedrijven willen zelfs niet onderhandelen met de uitvinder zolang er geen octrooi op het product is aangevraagd. Indien het mogelijk is, en het product aan de eisen van octrooieerbaarheid voldoet, is het over het algemeen makkelijker zaken doen wanneer men wel een octrooi aanvraagt. De uitvinder kan dan op zoek naar een licentienemer, die tegen betaling het recht verkrijgt om het geoctrooierde product te vermarkten. De octrooihouder kan ervoor kiezen om aan één partij het alleenrecht te ver-

strekken om het octrooi te exploiteren op een markt binnen een bepaald gebied of marktsegment. Deze zogenaamde **exclusieve licentie** is gewild wanneer er veel concurrentie is. Bij een **open licentie** kan de octrooihouder met verschillende partijen een licentieovereenkomst aangaan. Als de vraag groot genoeg is, zijn de licentiehouders geen concurrenten van elkaar, maar dekken ze ieder een deel van de markt af.

De licentievergoeding bestaat meestal uit een bedrag in eens en een percentage van de verkoop- of kostprijs van het in licentie vervaardigde product (**royalty**). Wanneer de uitvinder een licentienemer contracteert, is een succesvolle marktintroductie door dit bedrijf dus van groot belang voor het winstaandeel van de uitvinder. Het succes van deze marktintroductie hangt af van vier aspecten: Een gedegen marktonderzoek, de timing van lancering, distributie en promotie. Voor Lara Inventing is de mooie maar tevens niet eenvoudige taak weggelegd om voor de uitontwikkelde vindingen een geschikte licentienemer te vinden die deze aspecten serieus neemt, of om de uitvinding op één van de andere bovengenoemde manieren voor de uitvinder te gelde te maken. Het zal duidelijk zijn dat dit veel kennis van zaken, geduld en inspiratie vereist. Het vermarkten is de slofphase van het traject dat de uitvinder moet doorlopen. Het is de fase waarin eindelijk de champagne ontkurkt mag worden!!

Happy Launch and (last but not least) Happy New Year!!!