

Innhold

Forord	5
DEL I	
INNLEDNING	17
Kapittel 1	
Hva er «markedsrett»?	19
Kapittel 2	
Nærmere om forholdet mellom markedsrettens tre søyler	22
Kapittel 3	
Juridisk metode og rettskilder i markedsretten	24
3.1 Kort og generelt om juridisk metode	24
3.2 Generelt om rettskildene i markedsretten	26
3.3 Rettskildene i konkurranseretten	26
3.4 Rettskildene i immaterialretten	27
3.5 Rettskildene i markedsføringsloven mv.	28
Kapittel 4	
Oversikt over videre fremstilling	30
DEL II	
IMMATERIALRETTEEN	31
Kapittel 5	
Oversikt over immaterialrettighetene og tilgrensende regelsett	33
Kapittel 6	
Opphavsrett	41
6.1 Opphavsrett til åndsverk og nærstående rettigheter	41
6.2 Vilkår for vern	43

6.2.1	Åndsverk	43
a.	Åndsverk må være skapt av en fysisk person («opphaveren»)	43
b.	Verket må være «objektivt konstaterbart»	45
c.	Et åndsverk omfatter bare verkets form – ikke dets bakenforliggende ideer	46
d.	Verkshøyde-/originalitetskravet	48
e.	Vernetid og «vernekrets»	55
6.2.2	Nærstående prestasjoner	56
a.	Fotografiske bilder	56
b.	Databaser «sui generis»	57
c.	Utøvende kunstneres fremføring av verk	58
d.	Film- og lydopptaksprodusenters opptak	59
e.	Kringkastingsforetaks sendinger	59
f.	Annet	60
6.3	Rettighetssubjekter	61
6.3.1	Åndsverk	61
a.	Utgangspunkter	61
b.	Særlig om bearbeidelser	61
c.	Særlig om fellesverk	63
d.	Sammensatte verk og samleverk	65
e.	Rettighetsoverdragelse og rettighetsforvaltning	66
6.3.2	Nærstående prestasjoner	67
6.4	Inngrepsvurderingen	68
6.4.1	Åndsverk	68
a.	Utgangspunkter	68
b.	Plagiat og annen etterligning	68
c.	Grensen mot selvstendige verk	73
d.	Beskyttelse av verksdeler	76
6.4.2	Nærstående prestasjoner	76
 Kapittel 7		
Patentrett		78
7.1	Om patentretten – hensyn og grunnleggende prinsipper	78
7.1.1	Innledning	78
7.1.2	Grunnleggende hensyn og prinsipper i patentretten	79
7.2	Patentsøknaden og søknadsbehandlingen – hvordan må søknaden utformes, og hvordan må man gå frem for å oppnå patent?	82
7.2.1	Innledning	82
7.2.2	Patentmyndigheten	83

7.2.3	Patentsøknaden	83
a.	Patentsøknadens innhold	83
b.	Beskrivelsen	84
c.	Patentkravene	85
d.	Saksbehandlingen	91
e.	Endringer i patentsøknaden og forbudet mot utvidelse	91
f.	Protest, innsigelse, klage, domstolsprøving, administrativ patentbegrensning og administrativ overprøving	92
7.3	Materielle patenterbarhetsvilkår – hva kan patenteres og hvem kan søke patent?	93
7.3.1	Innledning	93
7.3.2	Oversikt over de materielle patenterbarhetsvilkårene	94
7.3.3	«Oppfinnelse» – særlig om kravene til teknisk karakter, teknisk effekt og reproduserbarhet	95
a.	«Oppfinnelse»	95
b.	Teknisk karakter	96
c.	Teknisk effekt	99
d.	Reproduserbarhet	99
e.	«noe som bare utgjør», patl. § 1 (2)	100
(i)	Generelt om unntaket for «noe som bare utgjør» ..	100
(ii)	Grensen mellom oppfinnelser og «oppdagelser» ...	101
(iii)	«Vitenskapelige teorier og matematiske metoder» ..	102
(iv)	«Planer, regler eller metoder for utøvelse av intellektuell virksomhet, for spill eller forretningsvirksomhet»	103
(v)	«Programmer for datamaskiner»	103
(vi)	«Kunstneriske frembringelser» og «fremleggelse av informasjon»	106
f.	Oppfinnelser «som kan utnyttes industrielt»	106
g.	Oppfinnelser som er unntatt fra patentering, patl. § 1 (4)–(6) og §§ 1a og 1b	107
(i)	Plantesorter og dyreracer	108
(ii)	Vesentlig biologiske fremgangsmåter for fremstilling av planter eller dyr	108
(iii)	Fremgangsmåter for kirurgisk behandling, terapi eller diagnostisering, som foretas på mennesker eller dyr	109

(iv) Menneskekroppen og oppdagelse av menneskekroppens bestanddeler	112
(v) Oppfinnelser hvis utnyttelse vil stride mot offentlig orden eller moral	112
7.3.4 Kravet til beskrivelse av oppfinnelsen («enabling disclosure»)	113
7.3.5 Kravene til nyhet og oppfinnelseshøyde	114
a. Innledning	114
b. Teknikkens stand – «hva som var kjent»	115
c. Forskjellsvurderingen og fagpersonen	124
d. Nyhet	126
e. Oppfinnelseshøyde	129
(i) Utgangspunkter	129
(ii) Retningslinjer for skjønnsutøvelsen	130
(iii) Fremgangsmåten for skjønnsutøvelsen – «problem and solution-approach»	134
(iv) Objektive momenter	137
7.3.6 Patentrettens subjekt – patent må søkes av en som har rett til oppfinnelsen	139
a. Hvem har rett til oppfinnelsen?	139
b. Hva innebærer oppfinnerretten?	140
7.4 Patentkravenes omfang og inngrepsvurderingen – når foreligger det inngrep i et patent?	140
7.4.1 Innledning	140
7.4.2 Tolkningen av patentkravene – fastleggelsen av patentkravenes meningsinnhold	141
a. Utgangspunkt – en objektiv tolkning av ordlyden i patentkravene	141
b. Beskrivelsen og søknadskorrespondansen som tolkningsfaktorer	144
c. Andre tolkningsfaktorer	147
7.4.3 Inngrepsvurderingen (identitetsvurderingen)	148
a. Utgangspunktet for inngrepsvurderingen – «all elements rule»	148
b. Ekvivalenslæren	149
(i) Inngrepsgjenstanden må løse samme problem som oppfinnelsen	151
(ii) Modifikasjonene må ha vært nærliggende for en fagperson	152

(iii) Inngrepsgjenstanden må ikke tilhøre den frie teknikk	153
c. Avhengighetspatenter	153

Kapittel 8

Designrett	155
8.1 Innledning	155
8.1.1 Et vern av utseende	155
8.1.2 Kort om vernets begrunnelse	158
8.1.3 Det internasjonale vern	160
a. Internasjonale konvensjoner	160
b. Designrett i EU	161
8.2 Vilkårene for gyldig designregistrering	162
8.2.1 Oversikt	162
8.2.2 Utseendet av et produkt eller del av et produkt	163
8.2.3 Design bestemt av teknisk funksjon	167
8.2.4 Nyhetskravet	169
a. Oversikt	169
b. Når en design anses gjort «allment tilgjengelig». Tilgjengeliggjøring som ikke ødelegger nyheten	170
c. Nærmere om identitetsvurderingen	172
8.2.5 Individuell karakter	173
a. Innledning	173
b. «Den informerte brukeren»	174
c. Hovedregel: direkte sammenligning	177
d. Helhetsinntrykket	178
e. «Designerens frihet»	179
f. En kort sammenligning med opphavsrettens originalitetskrav	182
8.3 Enerettens innhold og krenkelsesvurderingen	183

Kapittel 9

Varemerkerett og annen kjennetegnsrett	187
9.1 Rett til kjennetegn for varer eller tjenester i næringsvirksomhet ..	187
9.1.1 Hva er et varemerke?	187
9.1.2 Varemerkerettens formål	189
9.1.3 Kort om søknadsbehandlingen i Norge	191
9.1.4 Varemerkeretten i EU/EØS	192
a. Innledning	192
b. EU/EØS-rettslige kilder i norsk varemerkerett	194

9.2	Vilkårene for vern for varemerke	195
9.2.1	Det tosporede systemet	195
9.2.2	Vilkårene for registrering av varemerke	196
a.	Merket må kunne gjengis i varemerkeregisteret	196
b.	Kravet om distinktivitet	197
(i)	Innledning. Friholdelsesbehovet	197
(ii)	Gjennomsnittsfbrukeren	199
(iii)	Kravet til særpreg	200
(iv)	Forbudet mot registrering av beskrivende merker	203
c.	Erverv av særpreg gjennom bruk	209
d.	Tredimensjonale varemerker. En vares form som varemerke	211
e.	Registreringshindre	214
f.	Opphør av registrert varemerkerett	218
9.2.3	Vern gjennom innarbeidelse	221
9.3	Varemerkerettens innhold	224
9.3.1	Varemerkeretten er en forbudsrett	224
9.3.2	Territorialprinsippet	225
9.3.3	«Bruk» av varemerket	225
a.	Bruk «i næringsvirksomhet»	225
b.	Bruk «for varer eller tjenester»	226
9.3.4	Identisk merke brukt for identiske varer eller tjenester, varemerkeloven § 4 første ledd (a)	229
a.	Identitetsvurderingen	229
b.	Bruken må forstyrre varemerkerettens funksjoner	230
9.3.5	Bruk som medfører risiko for forveksling, varemerkeloven § 4 første ledd (b)	233
a.	Rammene for vurderingen	233
b.	Kjennetegnlikhet	236
c.	Vareslagslikhet	241
9.3.6	Utvidet vern for velkjente merker, varemerkeloven § 4 annet ledd	243
9.4	Kort om foretaksnavn	246
9.5	Kort om domenenavn	247

DEL III	
VERNET MOT ILLOJAL KONKURRANSE OG	
VERN AV FORRETNINGSHEMMELIGHETER	249

Kapittel 10

Utvikling av og historisk overblikk over vernet mot illojal konkurranse og vern av forretningshemmeligheter	251
--	------------

Kapittel 11

Vern av forretningshemmeligheter	254
11.1 Innledning	254
11.2 Vernets innhold – hovedtrekk	257
11.3 Hva kan vernes som forretningshemmelighet?	260
11.4 Særlig om rettsstridsvilkåret – «urettmessig»	263

Kapittel 12

Etterligningsvernet i markedsføringsloven § 30	265
12.1 Innledning	265
12.2 Hva kan vernes etter markedsføringsloven § 30 – og for hvem?	266
12.3 «Krenkelsesvurderingen»	267
12.3.1 «Etterlikning»	267
12.3.2 Forvekslingsfare	268
12.3.3 Urimelig utnyttelse	270

Kapittel 13

Villedende forretningsmetoder	274
--	------------

Kapittel 14

Nærmere om markedsføringslovens generalklausul (§ 25)	279
14.1 Generelt om klausulen	279
14.2 Noen typetilfeller	281
14.2.1 Bruk og etterlikning av andres produkter, tjenester og kjennetegn	281
14.2.2 Nedsettende omtale av konkurrenter	287
14.2.3 Oppstart av konkurrerende virksomhet	289
14.2.4 Inngrep i andres kontraktsforhold	290

DEL IV	
KONKURRANSERETT	291
Kapittel 15	
Innledning	293
Kapittel 16	
Introduksjon til norsk konkurranserett	296
16.1 Historisk norsk pris- og konkurranselovgivning	296
16.2 Konkurranserettslige hensyn	300
16.3 Forbudsregler og inngrepsregler	304
16.4 Offentlig håndheving	308
16.5 Privat håndheving	311
Kapittel 17	
Forbudet mot konkurranseskadelig samarbeid	314
17.1 Innledning	314
17.2 Samarbeidsvilkårene	315
17.3 Formålsvilkåret	321
17.3.1 Innledning	321
17.3.2 Formålsvurderingen	322
17.3.3 Konkurrentsamarbeid	325
17.3.4 Ikke-konkurrentsamarbeid	333
17.4 Virkningsvilkåret	336
17.4.1 Innledning	336
17.4.2 Virkningsvurderingen	336
17.4.3 Konkurrentsamarbeid	340
17.4.4 Ikke-konkurrentsamarbeid	342
17.5 Et merkbarhetsvilkår?	345
17.6 Individuelle unntak	348
17.7 Gruppeunntak	352
Kapittel 18	
Forbudet mot misbruk av markedsdominans	356
18.1 Innledning	356
18.2 Dominansvilkåret	357
18.3 Misbruksvilkåret	366
18.4 Misbrukstyper	368
18.4.1 Innledning	368

18.4.2 Innelåsende eksklusjonsmisbruk	369
18.4.3 Prisbaserte eksklusjonsmisbruk	371
18.4.4 Delingsnektende eksklusjonsmisbruk	373
18.4.5 Direkteskadende eksklusjonsmisbruk	375
18.4.6 Fordelsskapende eksklusjonsmisbruk	376
18.4.7 Diskriminerende misbruk	377
18.4.8 Utnyttende misbruk	378
18.5 Misbruksvilkårets skranker	380

Vedlegg

«Case» for markedsrett valgfag (JUR1285).....	389
Forfatteromtaler	395
Litteratur	397
Bilderegister	402
Norsk rettspraksis	411
Norske forvaltningsavgjørelser	414
EU- og EØS-praksis	416
Utenlandsk rettspraksis	422
Det europeiske patentverket (EPO)	423
Stikkordregister	425