

ABCOR's ABC-tje



ABCOR's ABC-tje is de nieuwsbrief van merken- en modellenbureau Abcor. Geen ingewikkelde juridische verhalen, maar op de praktijk toegesneden voorbeelden. Wilt u aandacht voor bepaalde praktijksituaties of problemen, laat het ons weten. Dan gaan we er in één van de volgende nieuwsbrieven op in, zodat u deze problemen kunt voorkomen. Mail de suggesties naar info@abcor.nl.

Nieuwe naam nieuwsbrief

ABCOR's ABC-tje is de werktitel van het eerste nummer. De naam verwijst naar onze merkwaarden: kwaliteit, open communicatie en kennisoverdracht. Het intellectuele eigendomsrecht is eigenlijk bijzonder simpel, een Abc-tje, als je maar weet hoe de vork in de steel zit. Toch zijn we niet helemaal tevreden over de titel, dus stuur uw suggestie voor een nieuwe naam naar info@abcor.nl. De winnaar krijgt een gratis Benelux merkdepot in drie klassen.

Merken

Lacoste krokodil verslikt zich in tandarts

Lacoste heeft in Engeland tevergeefs bezwaar gemaakt tegen de merkaanvraag van een logo met een krokodil voor diensten van een tandarts



Beide merken bestaan uit een krokodil, maar daar stopt de vergelijking dan ook. De krokodillen verschillen duidelijk van elkaar. Daarnaast zijn diensten van een tandarts compleet anders dan kleding. Omdat de diensten totaal verschillend zijn, bestaat er dus geen kans op verwarring.

Mad Bat moet wijken voor Bacardi

Een opzienbarende zaak met een juiste wending. Bacardi verzet zich als bekend en betrouwbaar merk tegen een energy drink onder de naam MAT BAD.



In eerste instantie lukt een verbod niet. De rechter ziet het logo niet als een bekend

merk, want een vleermuis is een bekend beest. Omdat de vleermuis niet hetzelfde is, vormt dit geen inbreuk.

In hoger beroep pakt Bacardi uiteindelijk de volle winst. Het vleermuismerk heeft groot onderscheidend vermogen en bekendheid. De begripsmatige overeenstemming tussen de merken wordt nog versterkt door de naam MAD BAT (gekke vleermuis). Daarnaast zijn de producten (alcoholische drank en een energy drink) soortgelijk. Gevolg verbod.

NOVUM PHARMA vs Farma Novum

Sinds 2002 gebruikt Nova Pharma de handelsnaam en het merk NOVA PHARMA



voor geneesmiddelen op doktersrecept. In 2006 komt er een nieuwe speler op de markt, namelijk Farma

Novum, een huisartsenbezoeker. Nova Pharma maakt hiertegen bezwaar. Hoewel de woorden in een andere volgorde staan en het element Farma anders geschreven is, zijn de verschillen zo klein dat er verwarring te verwachten is. Omdat de diensten en producten soortgelijk zijn, verbiedt de rechter gebruik van de handelsnaam Farma Novum en moet tevens de domeinnaam worden overgedragen.

Vormmerken

Vormmerken staan weer volop in de belangstelling. B & O kreeg haar boxen beschermd omdat de vorm duidelijk anders is en voldoende om de boxen te kunnen onderscheiden van andere boxen.



wel



niet



niet

Gebruikelijke vormen of vormen die een technisch effect hebben, kunnen niet als vormmerk worden vastgelegd. Om die reden haalde de vorm van een deel van een windmolen het niet, net zomin als de vorm van afsluitingen voor zakken. Ook de vorm van een tomatenfles werd geweigerd. Duidelijk is, dat -om voor bescherming in aanmerking te komen- de vorm flink af moet wijken van wat standaard in de markt is te vinden.

Modellen

Modelinbreuk - kostenveroordeling

Afgelopen jaar zijn er diverse rechtszaken gevoerd op het gebied van kleding. Een mooi voorbeeld van het voordeel van een modelregistratie is de kwestie over



babyleggings.

Bonnie Doon maakt beenmode, waaronder babyleggings.

Kenmerkend aan deze leggings zijn de kanten randjes onder aan de pijp. De Apollo is een

vergelijkbare babylegging, met in eerste instantie drie en (nadat Bonnie Doon hier bezwaar tegen heeft gemaakt) later vier randjes kant. Bonnie vindt nog steeds dat deze leggings inbreuk maken op haar modelregistratie en krijgt gelijk van de rechter. Dat kant vaker gebruikt wordt in kleding, is niet relevant. Het gaat er namelijk om of er eerder al kant is gebruikt in babyleggings.

Gevolg: niet alleen direct een Europees verbod, maar tevens een vrijwel totale kostenveroordeling (inclusief de kosten van de advocaat, ca. € 15.000,-).

Wie was het eerst

Producten en designs kunnen ook beschermd worden op basis van het ongeregistreerde model en het



auteursrecht. Nadeel is vaak, dat het niet goed te bewijzen is, wie er het eerst was. Deze vraag speelt nu ook bij twee

bedrijven die allebei claimen de maker te zijn van speciale manden. De rechter kon daarom geen verbod geven.

Verpakkingen

Carbonell stopt concurrent

Carbonell is een bekende fabrikant van olijfolie. Het etiket bestaat uit een dame, zittend tegen een mediterrane landschap.



La Española komt met een etiket met eveneens een zittende dame. Omdat de naam La Española verwijst naar het gebied

waar de olijfolie vandaan komt, wordt er bijzonder veel waarde gehecht aan de overeenstemming tussen beide etiketten. Het Europese Gerecht van Eerste Aanleg stelt dat er gevaar voor verwarring is. Het wordt nu wachten op het Europese Hof om te zien of zij dit onderschrijft.

Domeinnamen

Chinese domeinnaamregistratie DHL.NAME te kwader trouw.

De domeinnaam DHL met de internationale extensie .name (net zoiets als .com) was snel geregistreerd door een Chinese partij.



DHL wenste dit niet. Het startte en won een arbitrageprocedure bij het WIPO. DHL is een wereldwijd bekend bedrijf en heeft vele merkregistraties. De Chinese partij had geen eigen merk, geen eerder gebruik of eigen belang en gezien de wereldwijde reputatie van DHL was deze registratie dus te kwader trouw. Gevolg: overdracht van de naam.

28 februari vrije inschrijving numerieke domeinnamen

In december 2007 konden bedrijven met voorrang aanvragen indienen voor een numerieke domeinnaam (een url die alleen bestaat uit cijfers zoals www.538.nl). In totaal zijn er 114 aanvragen ingediend.



www.9292ov.nl
 0900-9292 (70 opm)

9292.nl is de eerste goedgekeurde numerieke domeinnaam voor de adviseurs voor het openbaar vervoer. "Zonder toevoeging van OV is de naam nu veel makkelijker te vinden op het internet." Op 28 februari start de openinschrijving voor alle andere bedrijven. Gezien de te verwachten toeloop is het raadzaam om hiervoor tijdig de opdracht te verstrekken. Merkenbureau Abcor begeleidt deze aanvragen met Comprá, de b2b provider voor de zakelijke markt. Inschrijving kan via info@abcor.nl of met het faxformulier.

Abcor BV

Abcor is een merken- en modellenbureau gespecialiseerd in juridisch advies op het gebied van intellectuele eigendomsrechten. Ons dienstenpakket bestaat uit onderzoek, registratie, beheer en bewaking van merken en modellen, naamcreatie, ondersteuning bij opposities, kwesties, weigeringen, strategisch juridisch advies en het detacheren van merkenjuristen.

Suggesties voor ABCOR's ABC-tje kunnen worden gestuurd naar info@abcor.nl of naar postbus 2134, 2301 CC Leiden, tel. 071-5763116.

Bronnen: Adformatie, BIE, Boek9.nl, Class46.com, Domjur.nl, GPD, IER, NU.nl, OHIM.EU, PCM-dagbladen en SIDN.nl.