

Tentamen Octrooigemachtigden

Tentamen Overige IE-rechten / Europees recht/mededinging

29 mei 2007

09.45 – 12.45 uur

Casus (3x)

Korte vragen (3x)

Tentamen Octrooigemachtigden
Overige IE-rechten / Europees recht/Mededinging

29 mei 2007

I Casus (3x)

Casus 1

Ferrari is een in Italië gevestigde fabrikant van door haar ontworpen auto's, onder meer van het type Ferrari Enzo. Dit type auto wordt sinds het jaar 2000 verkocht en kost bijna 1 miljoen euro. In 2005 is van het type Ferrari Enzo een gemeenschapsmodel voor de warenklasse 'speelgoedauto's' op naam van Ferrari ingeschreven. Asian Gear fabriceert in China radiografisch bestuurbare speelgoedmodelauto's van het type Ferrari Enzo. Sinds mei 2006 importeert en verkoopt Asian Gear deze speelgoedmodelauto's in Nederland. Ferrari heeft daarvoor geen toestemming gegeven en start een inbreukprocedure. Zij stelt dat Asian Gear inbreuk maakt op haar modelrecht en vordert een verbod en schadevergoeding.

Welk verweer zou u namens Asian Gear voeren?

Casus 2

Fabrikant Bakker is werkzaam in de koekindustrie. Hij brengt hier te lande onder meer koekjes in de handel, voorzien van het (individuele) Beneluxmerk "Roomboterbootjes". Bakker adverteert regelmatig met dit product; hij prijst het aan door te stellen dat er uitsluitend zuivere roomboter in is verwerkt.

Bakker heeft een aantal jaren geleden ook nog een ander merk op zijn naam in het Benelux-register laten inschrijven (datum van inschrijving 2 januari 1999), en wel het collectieve merk "Bakker-Keur". Pas met ingang van 15 januari 2005 zijn derden met toestemming van Bakker hun koekproducten van het keurmerk gaan voorzien.

In het voorjaar van 2007 wordt Bakker met enkele lastige kwesties geconfronteerd. Zo vindt Bakker zijn grote rivaal Wieger op zijn weg. Wieger maakt Bakker, in een aangetekende brief, er op attent dat van de inschrijving van het merk "Bakker-Keur" naar zijn mening de nietigheid kan worden ingeroepen.

Concurrent Rogmans stelt voorts een vordering tot nietigverklaring van het merk "Roomboterbootjes" in: hij is van oordeel dat het een misleidend merk betreft, nu bij de productie van de koekjes, naar zijn zeggen, geen roomboter maar margarine gebruikt is.

Ten slotte ontdekt Bakker in de nieuwste druk van Van Dale's Groot woordenboek der Nederlandse taal het trefwoord "roomboterbootje", met als omschrijving, voor zover hier van belang: koekje gemaakt van roomboter.

Beantwoord de volgende vragen geheel onafhankelijk van elkaar.

- A. Is de stelling van Wieger merkenrechtelijk juist?
- B. Stel dat Rogmans kan bewijzen, dat Bakker bij de fabricage van zijn "Roomboterbootjes" geen roomboter, maar margarine gebruikt, maakt het dan merkenrechtelijk nog verschil of Bakker nimmer roomboter heeft gebruikt dan wel pas enkele jaren na de introductie van zijn koekjes van roomboter op margarine is overgestapt?
- C. Heeft de genoemde vermelding in "Van Dale" voor Bakker merkenrechtelijke gevolgen?

Casus 3

Het Nederlandse bedrijf 'Uni-eye' (met een omzet in 2006 van meer dan € 50.000.000) maakt al vele jaren allerlei hippe producten voor jongeren van 12 tot 18 jaar zoals 'wireless' internetspelletjes en bijbehorende ear phones en head phones. Over eigen patenten beschikt Uni-eye niet. Wel gebruikt zij bij de productie enkele exclusieve octrooi-licenties van collega-concurrenten uit Azië. Uni-eye verkoopt haar producten alleen in Nederland (haar marktaandeel in Nederland schommelt al enig tijd rond de 40%). Vanwege de taalbarrière en gebruikersvoorkeuren is het Uni-eye in het verleden niet gelukt – mede gelet op hoogte van de vereiste investeringen - met de verkoop van haar producten in het buitenland door te breken.

Uni-eye ziet zich de laatste tijd geconfronteerd met een toenemende concurrentie op de Nederlandse markt, met name van de zijde van twee grote Duitse bedrijven. Om deze concurrentie effectief het hoofd te bieden, heeft Uni-eye bedacht dat zij zich het beste kan concentreren op de verkoop van haar producten aan bepaalde afzetkanalen zoals middelbare scholen en bioscopen. Ter uitvoering van haar plannen wil Uni-eye met haar collega-concurrenten graag afspraken maken over een 'zinnige' verdeling van de markt. Deze collega-concurrenten zijn de hiervoor genoemde twee Duitse concurrenten en enkele Aziatische bedrijven die onlangs hebben aangekondigd ook de lucratieve Nederlandse markt te willen betreden.

Geef aan of Uni-eye de hiervoor bedoelde afspraken met haar Duitse en Aziatische collega-concurrenten mag maken? Zo nee, waarom niet? Zo ja, hoe ver mag Uni-eye bij het maken van haar afspraken gaan en op grond van welke regels? Behandel bij uw antwoorden in elk geval de vraag of en waarom Europees en/of Nederlands mededingingsrecht van toepassing is, of mogelijk sprake is van een merkbare beperking van de mededinging en de vraag waarom Uni-eye al of niet met succes een beroep kan doen op een van de uitzonderingen op dan wel vrijstellingen van het kartelverbod.

Tentamen Octrooigemachtigden
Overige IE-rechten / Europees recht/Mededinging

29 mei 2007

II Korte vragen (3x)

Vraag 1

Wat zou reden kunnen zijn om óók de kamer van koophandel de bevoegdheid te geven om een verzoek tot wijziging van de handelsnaam in te dienen (artikel 6a handelsnaamwet)?

Vraag 2

In het kwekersrecht wordt aan een te beschermen ras altijd de eis van homogeniteit gesteld. De volgende korte vraag, die u alleen voor het nationale recht hoeft te beantwoorden, heeft op deze homogeniteit betrekking.

Stel, dat een ras kwekersrechtelijk beschermd is, maar dat op een gegeven moment aan het licht komt dat het ras niet (meer) homogeen is. Biedt de wet in dat geval aan concurrenten van de houder van het kwekersrecht de mogelijkheid hiertegen actie te ondernemen?

Vraag 3

Vererven de persoonlijkheidsrechten van een auteur?