

# Ongewenste 'break' voor KitKat



Door onze medewerker **Bas Kist**

Het zit Nestlé ook niet mee. De juridische bescherming van zijn bekende KitKat-reep staat op de tocht. In 2002 vroeg Nestlé Europese merkbescherming aan voor de vorm van de KitKat, een blok chocolade bestaande uit vier repen. Na veel gedoe kreeg het bedrijf in 2006 de gewenste bescherming.

Maar daarna begon het gedonder pas echt. In 2007 spande concurrent Cadbury een procedure aan om het vormmerk ongeldig te laten verklaren omdat het chocoladeblok niet onderscheidend zou zijn. Na een jarenlang gevecht en tegenstrijdige uitspraken trok Nestlé in 2012 toch aan het langste eind. Marktonderzoek

toonde aan dat de Europese consument de KitKat aan zijn vorm herkent. Groot feest bij Nestlé!

Echter, onlangs ging het toch nog mis. Na een nieuw beroep van Cadbury, dat inmiddels Mondelez heet, bepaalde het Europese Gerecht op 15 december dat het marktonderzoek van Nestlé onvoldoende was. Wil je zo'n reep als merk in Europa registreren, dan moet je aantonen dat de vorm in alle landen van de Europese Unie bekend is. En in het marktonderzoek van Nestlé ontbraken een paar landen. Het bedrijf moet zijn huiswerk nu overdoen.

En zo worden er al 15 jaar miljoenen euro's verspijkerd aan juridische haarkloverij rond een eenvoudige chocoladereep. *Have a Break!*