

CHIEVER

BRAND PROTECTION

Nieuwsbrief merk en copyright | jaargang 6 | nr. 23 | december 2020

Trump verliest Europese merken

In dit nummer: Vechten voor de vlag | Worstelen over tattoos | Geen Marlon Brando-merk in China | Chiever Letterquiz | Starbucks kopje onder in Japan | Just don't do it



Foto: Shutterstock

Trump verliest Europese merken

Verkoop van zes flessen Trump-whisky in vijf jaar is geen 'merkgebruik' in de EU.

Het zit Donald Trump ook niet mee dit jaar: verlies je niet alleen de verkiezingen, maar raak je ook nog eens de Europese registratie van de naam Trump kwijt. Volgens het Europese merkenbureau EUIPO heeft Trump zijn merk de afgelopen vijf jaar niet in Europa gebruikt. En als je een merk niet gebruikt, verlies je je rechten, ook als je Donald Trump heet.

Drank en casino's

Het gaat om Trump-merken voor onder andere kleding, drank, meubels, een casino en vastgoeddiensten.

De registraties, die op naam staan van DTTM Operations, de organisatie die de commerciële belangen van de president behartigt, werden aangevallen door het Luxemburgse bedrijf Anthee.

Wijn en whisky

Tijdens de procedures diende de Trump-organisatie stukken in die moesten aantonen dat de merknaam Trump ook voor zaken als drank en kleding in Europa was gebruikt. Echter, het bewijs waar Trump mee op de proppen kwam, was wel heel erg mager: als je alleen kunt laten zien

dat je in vijf jaar twee flessen Trump-wijn hebt verkocht en zes flessen Trump-whisky, dan kun je niet spreken van 'normaal gebruik' van het merk Trump, aldus EUIPO.

Alleen golfresorts

En ook voor kleding, vastgoed en het casino kon Trump geen Europees gebruiksbewijs laten zien. Wat wel lukte was de bewijslevering voor golfactiviteiten en hotels. In Schotland en Ierland wordt de merknaam Trump daadwerkelijk gebruikt voor golfresorts. Alleen voor deze activiteiten blijft de naam Trump nu in Europa beschermd.

Vechten voor de vlag



In Australië is een serieus conflict ontstaan over het gebruik van de vlag van de Aboriginals, de inheemse bevolking van het Australische continent. De vlag is in 1971 ontworpen door de kunstenaar Harold Thomas, zelf een Aboriginal.

In 2018 verleende Thomas, die de auteursrechten op het ontwerp bezit, aan het kledingbedrijf WAM Clothing een wereldwijde exclusieve licentie voor het gebruik van de vlag.

Met deze licentie in de hand probeert WAM nu allerlei kleine bedrijven, die gerund worden door Aboriginals, te verhinderen de vlag op hun producten te gebruiken.

Auteursrechten afnemen

Inmiddels oefenen verschillende lobby-groeperingen onder de naam Free The Flag druk uit op de Australische regering om Thomas zijn auteursrechten af te nemen om zo de vlag vrij voor algemeen gebruik te maken.

Worstelen over tattoos

Take-Two Software, een Amerikaanse producent van videogames, is aangeklaagd door 'tattoo artist' Catherine Alexander wegens auteursrechtinbreuk. Alexander is de maakster van de tatoeages op het lichaam van wereldkampioen worstelen Randy Orton. De worstelaar en zijn tatoeages zijn te zien in een door Take Two ontworpen videospel.

Het videospel is gemaakt in opdracht van de worstelorganisatie WWE, waarbij Orton is aangesloten. Orton zelf heeft dan ook geen bezwaar tegen het spel. Het is niet de eerste keer dat Take Two geconfronteerd wordt met een claim van een 'tattoo artist'. Onlangs trok het bedrijf nog aan het langste eind in een vergelijkbare kwestie over tatoeages van NBA-spelers in een videospel. In die zaak oordeelde de rechter dat de tatoeages van de spelers slechts een klein onderdeel waren in het hele spel, waardoor er sprake was van 'fair use'.

Nadrukkelijk in beeld

Of dat in deze kwestie ook opgaat is zeer de vraag. De tatoeages van Orton schijnen dit keer nogal nadrukkelijk in beeld te komen.



Foto: Hjele (Visualhunt)



GEEN MARLON BRANDO-MERK IN CHINA

Yu Wei Cosmetics, het Chinese bedrijf dat Marlon Brando wel een mooi shampoo-merk vond, kan op zoek naar een nieuw merk. Na oppositie van Brando Enterprises heeft het Chinese merkenbureau de registratie van de naam Marlon Brando door Yu Wei geweigerd.

Grote reputatie

Brando Enterprise is de organisatie die de rechten beheert van de in 2004 overleden acteur. Volgens het merkenbureau is de reputatie en de bekendheid van Brando nog steeds erg groot. Consumenten zullen in verwarring raken en bovendien is zo'n merkregistratie in strijd met het algemeen belang, aldus het merkenbureau.



THE ORIGINAL
CHIEVER
- LETTERQUIZ -

Ook in dit vreemde jaar hebben we natuurlijk weer de Chiever Letterquiz gemaakt. Misschien iets makkelijker dan andere jaren, want we hebben geprobeerd alleen maar letters te gebruiken uit merken die op een of andere manier een link met de Covid-crisis hebben. Soms is het verband wat ver gezocht, maar mogelijk helpt het u toch bij het oplossen van deze 2020 Letterquiz. Veel succes!



Mail uw oplossingen vóór 22 februari 2021 naar niewsbrief@chiever.com en maak kans op een diner-voor-twee ter waarde van € 100,- (als de horeca weer open is).

Starbucks kopje onder in Japan

Starbucks is er niet in geslaagd de registratie te stoppen van het logo Bull Pulu in Japan. Bull Pulu is aangevraagd voor onder andere koffie met tapiocasmaak. Starbucks meent dat het merk teveel op het oude Starbucks logo lijkt. Op 16 september 2020 oordeelde de Japanse rechter echter anders.

Ondanks het feit dat het oude Starbucks-logo een enorme bekendheid had toen het in 2011 vervangen werd door een nieuw logo, meent de rechter toch dat er geen gevaar voor verwarring is. Daarbij speelt niet alleen een rol dat de teksten in de logo's verschillend zijn, maar ook dat het Starbucks-logo al vier jaar van de markt was toen Bull Pulu werd geïntroduceerd.

Nieuw logo

Ondanks deze overwinning blijkt Bull Pulu zijn merk overigens zelf toch te hebben aangepast. Mogelijk was dat vooruitlopend op een verlies tegen het grote Starbucks. Maar er werd dus gewonnen.



Starbucks vs Bull Pulu: zoek de verschillen.

Ondanks de winst, kwam Bull Pulu met een nieuw logo (foto Bullpulu.com)

Bull Pulu 
Tapioca sweets



Just don't do it

Just don't do it zal de Amerikaan John Muntean gedacht hebben toen hij onlangs een juridische procedure van Nike verloor. Muntean krijgt geen merkregistratie in de VS voor de slogan *Just Believe It*. Die zit te dicht bij Nike's wereldbekende slagzin *Just Do It*.

Verwatering

Muntean had het merk *Just Believe It* aangevraagd voor onder andere adviesdiensten en de verkoop van merkartikelen. In de door Nike aangespannen oppositie oordeelde het Amerikaanse merkenbureau in beroep dat het publiek de zinnen met elkaar in verband zou kunnen brengen. Het gevaar bestaat dat de beroemde slagzin van Nike hierdoor 'verwatert'.

Vaker te strijden

Nike trekt vaker ten strijde tegen lieden die aanhaken bij zijn beroemde zin. Zo stak het bedrijf eerder een stokje voor de registratie van de zinnen *Just Find It* (software), *Just Jesu It* (sportkleding) en *Just Say It* (boeken).



Foto: Victor Hernandez (Unsplash)

DAAROM CHIEVER'

De Chiever Nieuwsbrief zegt natuurlijk weinig over wat Chiever nu precies doet en op welke manier. Wij vertellen liever over ons vak dan over onszelf. Maar hieronder toch een paar woorden.

Merkenbureau Chiever adviseert bedrijven bij de juridische bescherming van merken en design. Dat doen we niet alleen in Nederland maar wereldwijd. Wij verrichten onderzoek, adviseren over risico's, en registreren en bewaken de merken van onze klanten. Dat doen er meer, zult u zeggen. Dus waarom voor Chiever kiezen?



PRAKTISCH, BONDIG ADVIES

Wij zijn creatief en geven heldere, compacte en praktische adviezen, altijd met een duidelijk voorstel voor de volgende stap.



ALTIJD FAIRE PRIJS

Ons tarief: vaak als fixed fee, maar soms ook op uurbasis en altijd duidelijk begroot. Voor een telefoontje om even iets tegen ons aan te houden rekenen wij niets.



PERSOONLIJK EN EFFICIENT

'Big enough to cope, small enough to care': wij staan voor persoonlijke benadering, korte lijnen, met de focus op snelheid en service.



SPECIALIST IN CONFLICTOPLOSSING

Wij zijn goed in het oplossen van merkenconflicten. Als het even kan via bemiddeling, maar als het moet via oppositieprocedures. Daar doen wij er veel van, met goede resultaten.



PASSIE VOOR HET VAK

En tenslotte: wij werken met een team van betrokken mensen, die passie hebben voor hun vak en waarmee je plezierig samenwerkt.

CHIEVER'

BRAND PROTECTION

Partners

mr. Bas Kist
mr. Volkert Teding van Berkhout
mr. Maria-Gemma Huijnen

Adviseurs

mr. Klaas Beks (associate partner)
mr. Miriam den Boogert
mr. Eline Heijboer
mr. Denys Bertels
mr. Nynke Ettes
mr. Lidian de Weert

Trademark Assistants

Simone Brouwer
Marion de Bruijn
Kyra Buckley
Clementine Doodeman
mr. Maria Gómez van Gerder
Judith Irión
Putri Hadidinata
mr. Sjors Janssen
Joke Rienks

Melanie Schoens
mr. Marijtje Sitters
Mirjam Steeman

Interne organisatie

Manon Fock
Chiel Jongkoen (IT)
Milan Littooy (marketing)
Kirsten van Poeteren
Elisabeth Vos

Chiever B.V. Barbara Strozilaan 201 | 1083 HN Amsterdam
T 020 - 820 40 00 | E info@chiever.com | www.chiever.nl