

EKSAMEN I JURIDISKE VALGEMNER

VÅR 2014

Dato: Onsdag 30. april 2014

Tid: Kl. 10:00 – 14:00

JUS5820 – Patent- og varemerkerett (MA)

1. Redegjør for uttrykket «urimelig utnyttelse ... eller skade» i varemerkeloven § 4 annet ledd («Kodakregelen»)..
2. Redegjør for «Kodakregelens» begrunnelse.
3. Restauranten CIBÒ i Oslo har siden 2010 vært Norges eneste restaurant med to stjerner i Michelin-guiden, og både kokkene og restauranten har vunnet flere viktige internasjonale priser. CIBÒ annonserer aldri selv for restauranten, men er mye og positivt omtalt i nasjonal og internasjonal presse. Bokklubben Gourmand selger kokebøker, og som ledd i å skaffe stadig flere medlemmer, lanserer bokklubben en vervekampanje både via bokklubbens hjemmeside på Internett, www.gourmand.no, og i et nyhetsbrev som sendes til eksisterende medlemmers epost-adresser. Vervekampanjen er utformet som en konkurranse, hvor de tre som verver flest nye medlemmer til bokklubben, kan "vinne en middag på VERDENS BESTE restaurant CIBÒ". Vinnerne får et gavekort til restauranten, som bokklubben selv har laget.

Ikke lenge etter kampanjestart, blir gourmetrestauranten CIBÒ ved en tilfeldighet oppmerksom på bokklubbens markedsføringskampanje. CIBÒ hevder at annonsekampanjen innebærer en krenkelse av CIBÒs varemerke "CIBÒ" (registrert i vareklasse 43 for bl.a. "Beverting og tilbringning av mat og drikke"), og krever erstatning fra bokklubben. CIBÒ fremholder at annonsen er utformet på en måte som først og fremst henleder oppmerksomheten på CIBÒ, fordi deres varemerke dominerer annonsen: "VERDENS BESTE" og "CIBÒ" er skrevet med rødt, og satt i stor font, mens bokklubbens eget navn er nedtonet. CIBÒ fremhever samtidig at restauranten ikke lenger utsteder gavekort. Restauranten har vært fullbooket siden 2009, og salget av gavekort opphørte fordi det viste seg at for mange gavekortmottakere ikke fikk reservert bord, og dermed heller ikke benyttet gavekortet.

Bokklubben Gourmand motsetter seg kravet. Bokklubben anfører at det i vervekampanjen ikke er tale om bruk av "CIBÒ" som varemerke, men kun en omtale av restauranten i forbindelse med gavekortet som var premie i vervekonkurransen. Videre anføres det at vilkårene for varemerkekrenkelse ikke under noen omstendigheter er oppfylt. Det eneste mulige grunnlaget er vml. § 4 annet ledd, og CIBÒ kan ikke anses som et «velkjent» varemerke etter denne bestemmelsen. Heller ikke er det tale om noen urimelig utnyttelse av eller skade på merkets særprege eller anseelse.



Drøft og avgjør hvem som har rett. Det skal ikke tas stilling til om annonsekampanjen er i strid med markedsføringsloven.

Alle tre spørsmålene skal besvares.

JUR1820 – Patent- og varemerkerett (BA)

Om krenkelse av varemerkerettigheter:

1. Hva skal til for at noe kan anses som bruk av varemerke i næringsvirksomhet etter varemerkeloven § 4 første ledd?
2. Gi, i korte trekk, en sammenlignende oversikt over vilkårene for krenkelse etter vml. § 4 første ledd bokstav b) (forvekselbarhet) og vml. § 4 annet ledd («Kodakregelen»)

Begge spørsmålene skal besvares.

Sensuren faller onsdag 21. mai klokken 15.00. Kontroller på StudWeb eller ta kontakt med Infosenteret på 22 85 95 00.

Kandidatene har rett til en redegjørelse for sensurvedtaket ved henvendelse til sensorene innen en uke etter sensur. Kontaktinformasjon for sensorer finnes på Fakultetets nettsider. Du kan også ta kontakt med infosenteret. Klagefristen er tre uker etter sensur.

Oslo, 30.04.2014