

B

Fictieve vrienden op de werkvloer

Maatpersonen in het IE- en reclamerecht

Vereniging voor Reclamerecht, 15 april 2025

Gregor Vos

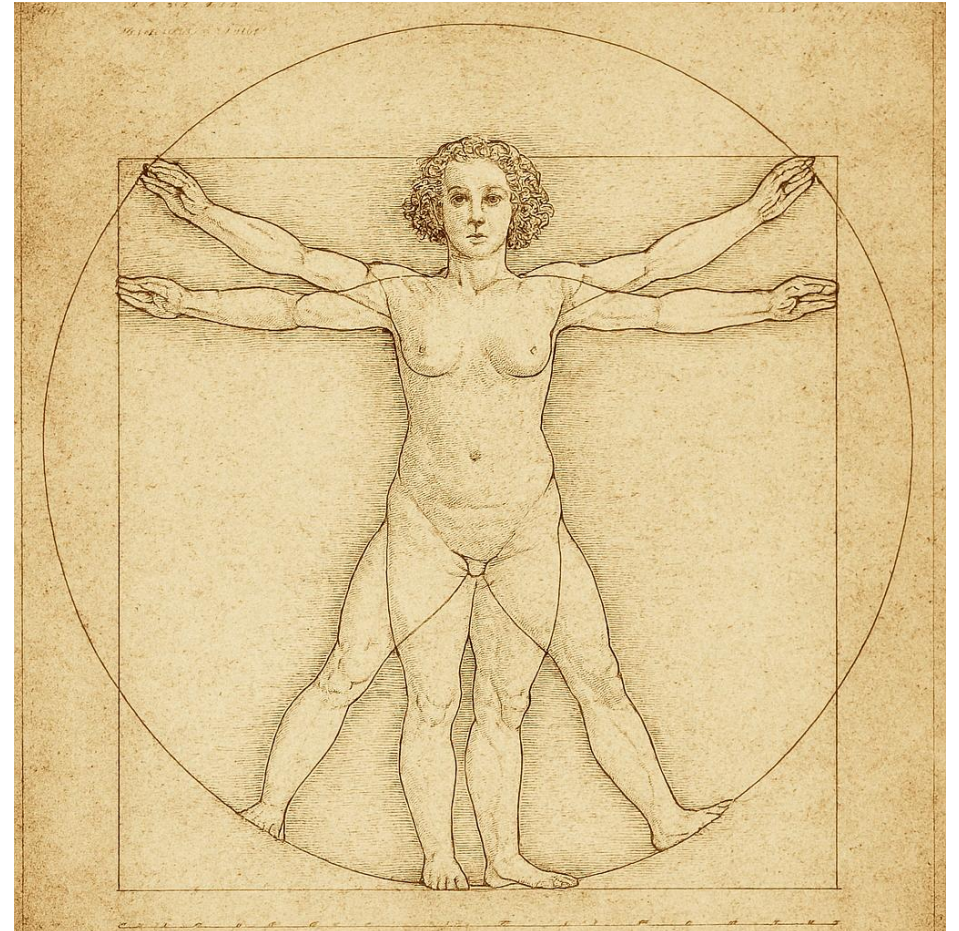
De maatpersoon in IE en reclamerecht

- In IE en reclamerecht staat perspectief van een fictieve persoon centraal
- Deze maatpersoon fungeert als beoordelingskader bij allerlei beslismomenten:
 - beoordeling van geldigheid
 - beoordeling van verwarringsgevaar
 - beoordeling van inbreuk
 - beoordeling van misleiding
- Verschillende IE-rechtsgebieden en reclamerecht hanteren verschillende maatpersonen, elk met een eigen niveau van kennis, aandacht en verwachtingen.



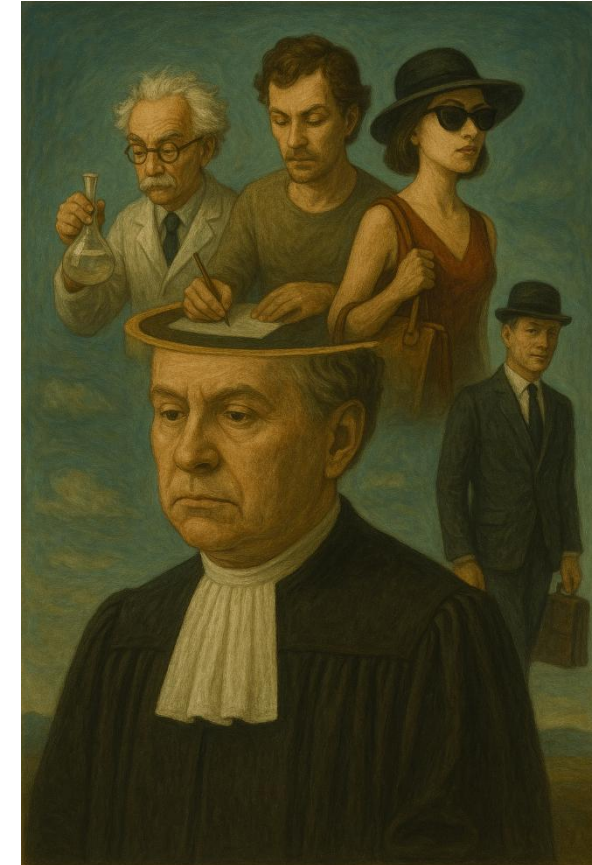
Maatpersoon

- Terminologie veroudert
- Maatman, gemiddelde vakman, niet meer van deze tijd
- Maatpersoon, gemiddelde vakpersoon
- Gemiddelde vakidoot heeft het niet gehaald...



Maatpersoon fictieve 'vriend' van rechter

- Maatpersoon verschilt per soort recht en per feitelijke achtergrond
- Kan één persoon zijn, maar ook een team
- Kan ook meerdere personen tegelijk zijn
- Perspectief maatpersoon is bepalend voor oordeel rechter
- Rechter moet bepalen wat maatpersoon ervan vindt
- Complex gedachtenwerk voor rechter





OCTROOIRECHT

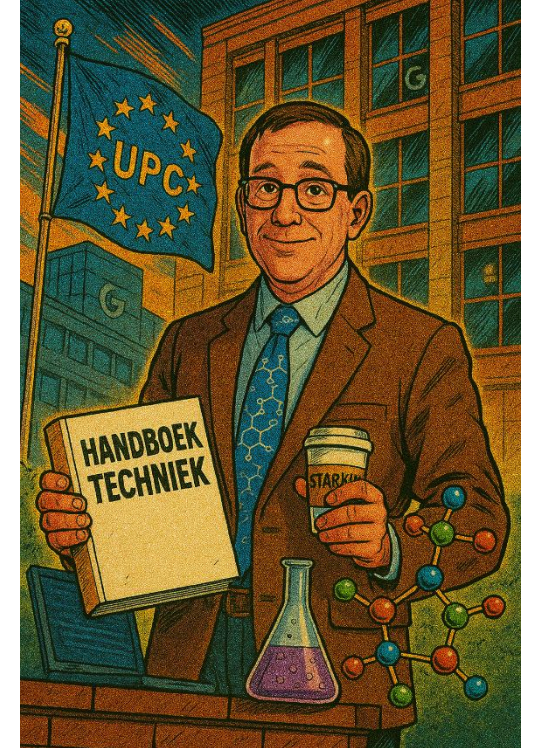
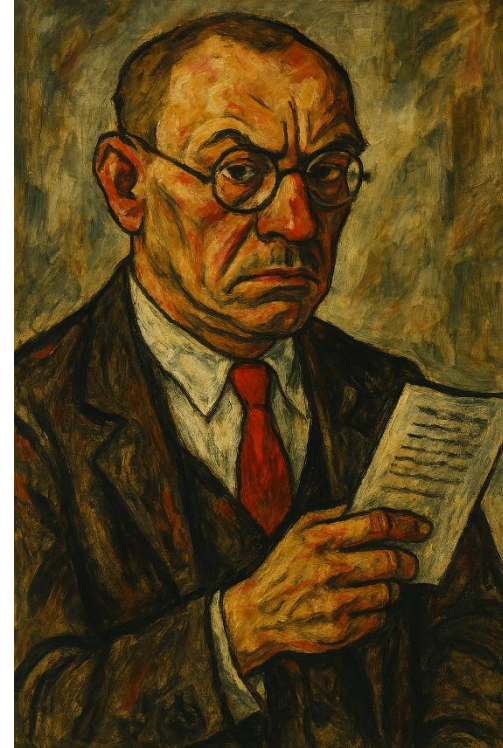
De gemiddelde vakpersoon – octrooirecht

- Wie is de gemiddelde vakpersoon?
- EOv: artikel 56, 69, 83, 100(b), en 138(1)(b)
 - The person skilled in the art
 - Der Fachman
 - L'homme du metier'
- ROW 1995: artikel 6, 25, 75
 - Deskundige
- Gaat om 'relevante vakpersoon'
- Bepalen per octrooi
- Kan een individu of een team zijn
- Medisch instrument: team van arts en instrumentenmaker



De gemiddelde vakpersoon – octrooirecht

- Vakpersoon is niet creatief maar kan wel logische stappen nemen
- Vakpersoon is geen super-expert
- Vakpersoon beschikt over algemene vakkennis op vakgebied en heeft toegang tot alle stand van de techniek
- Vakpersoon verandert in de tijd, per beslispunt relevante periode vaststellen, b.v. vakkennis t.t.v. aanvraag anders dan bij inbreuk





MODELLEN- RECHT

Modellenrecht

- Meerdere maatpersonen
 - Ontwerper
 - Geïnformeerde gebruiker
 - De ingewijde in de sector
 - De eindgebruiker
- Een veelheid van maatpersonen nodig om diverse aspecten van modelrecht te duiden
- Spelen elk hun eigen rol, hebben hun eigen opmerkingsvermogen en kunnen per model sterk verschillen



De ontwerper

- Ontwerper van belang bij bepaling eigen karakter
 - Kijken naar mate van vrijheid van ontwerper
 - Wat is rol technische functie van voortbrengsel?
 - Zijn er wettelijke voorschriften?
 - Omgekeerd evenredigheidsbeginsel:
 - des te meer vrijheid des te sneller een andere algemene indruk
 - des te minder vrijheid des te sneller geen andere algemene indruk
 - hoge ontwerpvrijheid, verschillen moeten groter zijn
 - lage ontwerpvrijheid, verschillen kunnen klein zijn
- HvJEU 13-6-2019 (*EasyFix*)



De geïnformeerde gebruiker

- Ingewikkeld persoon
- HvJEU 20-10-2011 (*Pepsi/Grupo Promer*)
- Vormt een tussencategorie:

Gemiddelde vakpersoon – sector expert	Geïnformeerde gebruiker	Gemiddelde merkconsument
vakman met grondige technische deskundigheid	gebruiker die niet slechts gemiddeld, maar in hoge mate aandachtig is, hetzij door persoonlijke ervaring, hetzij door uitgebreide kennis van de betrokken sector	wordt geen enkele specifieke kennis van verwacht en vergelijkt de strijdige merken in de regel niet rechtstreeks

De geïnformeerde gebruiker

- ‘geïnformeerde’ betekent:
 - dat de gebruiker, zonder een ontwerper of een technisch deskundige te zijn,
 - de in de betrokken sector bestaande verschillende modellen kent,
 - een zekere kennis bezit met betrekking tot de elementen die deze modellen over het algemeen bevatten, en
 - door zijn belangstelling voor de betrokken voortbrengselen blijkt geeft van een vrij hoog aandachtsniveau bij gebruik ervan
- ‘Geïnformeerd’ betekent niet ‘professioneel’ (Gerecht 10-4-2024 (*M&T 1997*))

Geïnformeerde gebruiker v. gemiddelde consument slaafse nabootsing

Brinkhof

- Maatpersoon in het modellenrecht een bijzonder aandachtige en geïnformeerde gebruiker
- Vergelijkt de modelinschrijving (in de regel) rechtstreeks met het vormgevingserfgoed ,
- Maatpersoon zal verschillen eerder opmerken en zal daarom relatief snel oordelen dat nieuw model een andere algemene indruk wekt

- Verschil met gemiddelde consument van slaafse nabootsing (verwarringsbescherming)
- Vereiste van eigen gezicht te beoordelen door gemiddelde consument
- Gemiddelde consument minder deskundig, ziet minder verschillen tussen het model en het vormgevingserfgoed
- Minder snel eigen gezicht dan eigen karakter van model => sneller modelbescherming dan tegen slaafse nabootsing

De geïnformeerde gebruiker

Tussencategorie leidt tot een maatpersoon met meerdere persoonlijkheden

HvJEU 20-10-2011 (Pepsi/Grupo Promer)

“(...)dat de geïnformeerde gebruiker in casu een kind van ongeveer vijf à tien jaar oud kan zijn óf de marketingdirecteur van een onderneming die voortbrengselen vervaardigt waarvoor reclame wordt gemaakt door ‘pogs’, ‘rappers’ of ‘tazos’ aan te bieden.”

Gerecht 1-12-2021 (*Mattel*)

“(...) the informed user is any member of the general public, for example a child or an adult buying the doll for his or her child or to collect it.”



De ingewijde in de sector

- Relevant voor vaststellen openbaarmaking
- De ingewijde is een ruime categorie: *“geen beperkingen aangaande het type activiteit van de natuurlijke en rechtspersonen van wie mag worden aangenomen dat zij tot de ingewijden in de betrokken sector behoren.”*
HvJEU 13 februari 2014
(Gautzsch/Duna)
- Kunnen mensen uit de hele keten zijn



De eindgebruiker

- Relevant bij samengesteld model
- Eindgebruiker maakt alleen normaal gebruik van model, doet niet aan onderhoud, service of reparatie
- Ook normaal gebruik is gebruik voor of na hoofdfunctie

HvJ 16 februari 2023 (*Monz/Büchel*)



Brinkhof



Gemiddelde consument

- Gemiddelde consument is de gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument van de betrokken soort van producten
HvJEU 16-7-1998 (*Gut Springenheide*)
- Heeft slechts zelden de mogelijkheid merken rechtstreeks te vergelijken
- Haakt aan bij een onvolmaakte herinneringsbeeld
HvJEU HvJ 22-6-1999 (*Lloyd/Loints*)
- Aandachtsniveau van gemiddelde consument kan variëren naargelang aard van de producten.
- Als relevante publiek bestaat uit verschillende categorieën consumenten met verschillende aandachtsniveaus geldt publiek met het laagste aandachtsniveau



Gemiddelde consument

- Rechters hebben allerlei meningen over de perceptie van de gemiddelde consument
 - Zou niet in staat zijn kleuren en vormen als merk te herkennen
 - Zou wel weer heel goed in staat zijn in zoekmachines reclame en zoekresultaten van elkaar te onderscheiden
 - Zou soms wel en soms niet goed kunnen lezen, tellen, waarnemen, etc.
- Uitspraken over perceptie van gemiddelde consument zeggen meer over gemiddelde rechter dan over de consument
- Empirisch bewijs over perceptie consument stelselmatig afgewezen

RECLAME



RECLAMERECHT

Gemiddelde consument

- In reclamerecht is uitgangspunt de fictieve doorsneeconsument
- HvJEU 16-7-1998 (*Gut Springenheide*): gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument
- Leidde tot een wat overspannen verwachting van de capaciteiten van de consument
- Consument zou reclame kritisch benaderen en zich goed informeren
- Consument als rationele homo economicus

Gemiddelde consument

- 2018:
 - Van de Europese rechter moet deze fictieve consument een behoorlijk slimme, rationele consument zijn, die niet al te snel wordt misleid. De gemiddelde consument wordt geacht het potentiële gevaar van bepaalde handelspraktijken te herkennen en daarop rationeel te reageren. Maar in het echt gedraagt de gemiddelde consument zich zo natuurlijk helemaal niet, weet die consument veel. De gemiddelde consument laat zich maar al te gemakkelijk verleiden tot allerlei onverstandige aankopen.
 - De reden hiervoor is typisch Europees technocratisch: het gaat om het evenredigheidsbeginsel dat vraagt om een belangenafweging tussen het vrije verkeer van goederen en de bescherming van de consument. De vrije mededinging binnen de interne markt mag ondanks het belang van consumentenbescherming niet onnodig worden beperkt. De arme gemiddelde consument wordt in het reclamerecht gemangeld tussen overheid en realiteit.

HvJEU 14-11-2024 Compass/Banca

- Vraag: uitgaan van „homo economicus”, een economische actor die in zijn besluitvorming perfect rationeel is, of ook kijken naar recent onderzoek over theorie van „beperkte rationaliteit”, waarin besluitvaardigheid van consument

„wordt beperkt door de grenzen die aan de cognitieve capaciteit worden gesteld door het aantal ontvangen stimuli, het vermogen om de aandacht erbij te houden en het vermogen om alle ontvangen informatie in het geheugen vast te houden”.

- HvJEU: redelijke geïnformeerdeheid sluit niet uit dat handelsprakrijk economisch gedrag van fictieve consument kan verstoren
- Consument kan gevoelig zijn voor cognitieve vertekeningen
- Realistischere opvatting van de gemiddelde consument



CONCLUSIE



Brinkhof

Overzicht: vergelijking van maatpersonen

Maatpersoon	Rechtsgebied	Kennisniveau	Rol
Gemiddelde vakpersoon	Octrooirecht	grondige technische deskundigheid, niet creatief	Beoordeling inventiviteit, inbreuk
Ontwerper	Modellenrecht	Professioneel	Beoordeling ontwerpvrijheid
Geïnformeerd gebruiker	Modellenrecht	Aandachtig gebruiker	Beoordeling eigen karakter
Ingewijde	Modellenrecht	Professioneel, kan hele keten zijn	Verificatie van openbaarmaking
Eindgebruiker	Modellenrecht	Leek, praktisch	Zichtbaarheid bij normaal gebruik
Gemiddelde merkenconsument	Merkenrecht	gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument	Beoordeling onderscheidend vermogen en verwarring
Gemiddelde reclameconsument	Reclamerecht	gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument, gevoelig voor cognitieve vertekeningen	Beoordeling misleiding

Vele maatpersonen

- De maatpersoon is fictief maar functioneel
- Helpt juridische toetsing te objectiveren
- Elk rechtsgebied stemt de maatpersoon af op:
 - Het doel van de toets (bescherming, handhaving, geldigheid).
 - Het publiek waarvoor het recht is bedoeld (technicus, consument, ontwerper).
- Belang in de praktijk:
 - Bepalend voor uitkomst van geschillen
 - Richtsnoer voor IE-strategie en procesvoering
 - Wordt steeds scherper gedefinieerd in EU-rechtspraak

Fictieve vrienden

- Moeten we goed mee blijven opschieten
- Aanpassen aan de tijd
- Koesteren en helpen door deze verwarrende tijden heen te komen



Bedankt!

Gregor Vos

T: 020-3053248

M: 06-526 13387

E: gregor.vos@brinkhof.com