

Artificial intelligence en het merkenrecht

**BENELUXVERENIGING VOOR MERKEN- EN
MODELLENRECHT**

28 maart 2024

Dr. Anke Moerland

Anke.moerland@maastrichtuniversity.nl



Wie ben ik?

- Duits van origine, NL recht
- Universitair Hoofddocent Intellectueel Eigendomsrecht
- Geen computerwetenschapper!
- IE-recht op het raakvlak van nieuwe technologieën en traditie



Moerland, A. (2024), **'Intellectual Property Law and AI'**, in: Lim, E. and Morgan P., The Cambridge Handbook of Private Law and Artificial Intelligence, Cambridge University Press, p. 362 - 383

Moerland, A. & Kafrouni, C. (2022), **Online shopping with artificial intelligence: what role for trade marks?**, in: Abbott, R. (ed.), Research Handbook on Intellectual Property and Artificial Intelligence, Edward Elgar, p. 290 - 308

Moerland, A. & Freitas, C. (2021), **Artificial intelligence and trade mark assessment**, in Hilty, R., Liu, K-C. & Lee, J-A. (eds.), Artificial Intelligence & Intellectual Property, Oxford University Press, p. 266 – 291

Inhoudsopgave

1. AI-technologieën voor **merkregistratie** en -merkonderzoek
2. **Belemmeringen** van AI-technologieën
3. Aankoopbeslissingen door **consumenten** met behulp van AI
 - a. Online winkelen
 - b. Handelsmerkfuncties
 - c. AI-ondersteunde consument
4. **AI handhaving** op online marktplaatsen



AI-technologieën voor merkregistratie en -onderzoek



Artificial intelligence: ons begrip

- Technologieën waarmee machines menselijk gedrag kunnen nabootsen
- Het meest gebruikte deelgebied is **machine learning**
 - Getraind op gegevens uit het verleden
 - Gedigitaliseerde datasets, woordenboeken, registers
 - Menselijke vooringenomenheid
- Onderscheid: **op regels gebaseerde systemen**
 - Regels worden niet getraind op gegevens uit het verleden
 - Reacties zijn voorgeprogrammeerd en niet adaptief
 - Lineair verband tussen probleem en gevolg: "Als ... dan ..."

Voorbeelden van AI-technologieën relevant voor IE

Zoekfunctionaliteit	Onderzoek naar eerdere rechten op basis van verschillende factoren Documenten doorzoeken Zoeken van soortgelijke producten/diensten
Beeldherkenning	De gelijkenis van tekens bepalen Soortgelijke producten identificeren
Software voor inhoudsextractie	Classificatie van aanvragen/goederen en diensten Brieven van partijen op formaliteit en tekortkomingen toetsen Beschrijving van producten begrijpen
Software voor vertalingen	Relevant voor beslissingen, prior art Chatbots
Tekst genereren	Min of meer geautomatiseerde antwoorden in procedures Antwoorden op vragen door consumenten

WIPO Index van AI-initiatieven in IE-Bureaus

Artificial intelligence and IP service delivery

AI has the potential to revolutionize service delivery and administration in IP offices. Through three main channels, WIPO leads and enables cooperation amongst IP offices towards this goal.

Index of AI initiatives in IP offices

Search our index of initiatives to find out how AI is being used to facilitate IP administration and service delivery in different IP offices.

Business application of AI

- Copyright registration
- Data analysis
- Digitization and process automation
- Examination (trademark, patent)
- Helpdesk services
- Image search (trademark, design, patent)
- Machine translation
- Patent classification
- Patent prior art search
- Trademark classification (goods & services)

Country / territory

- *** Any ***
- Australia
- Austria
- Brazil
- Canada
- Chile
- China
- European Union
- Finland

Specialized task forces

WIPO leads and enables cooperation amongst IP Offices in pursuit of coherent ICT strategy, management of IP big data and the use of AI for IP office administration:

- Automatic patent classification, IPCCAT (IPC committee of experts)
- XML standards and their implementation (XML4IP Task Force under Committee of WIPO Standards)
- API standards (Committee of WIPO Standards)


Online forum for member states

Official representatives from WIPO member states can share views in this private forum administered by WIPO.

[Request access](#)

Beeldherkenning

- EUIPO:

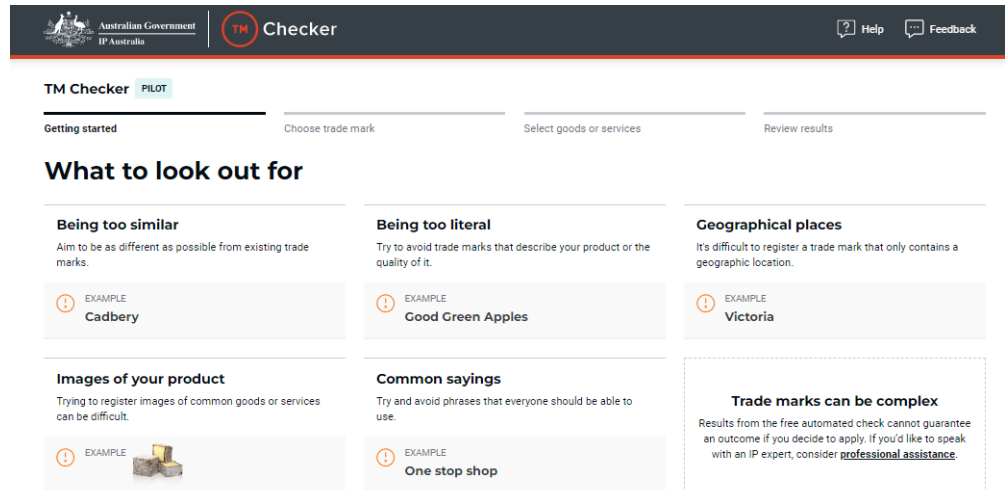


TMview

The TMview database contains information on trade mark applications and registrations. The data comes from all the EU national IP offices, the EUIPO and a number of offices outside the EU.

[Go to TMview ↗](#)

- IP Australia: TM Checker



Australian Government
IP Australia

TM Checker

Help Feedback

TM Checker PILOT

Getting started Choose trade mark Select goods or services Review results

What to look out for

Being too similar
Aim to be as different as possible from existing trade marks.

EXAMPLE
Cadbery

Being too literal
Try to avoid trade marks that describe your product or the quality of it.

EXAMPLE
Good Green Apples

Geographical places
It's difficult to register a trade mark that only contains a geographic location.

EXAMPLE
Victoria

Images of your product
Trying to register images of common goods or services can be difficult.

EXAMPLE

Common sayings
Try and avoid phrases that everyone should be able to use.

EXAMPLE
One stop shop

Trade marks can be complex
Results from the free automated check cannot guarantee an outcome if you decide to apply. If you'd like to speak with an IP expert, consider **professional assistance**.

Trademark Image Search

English ▾

New search

User ☰Showing 50 of 4,514 results Exact ★ Similar ★ 111 Other ★ 4,392

Monitor

Report

Trademarks

Text search Image codes Suggested Codes Show all ▶

VC-27.05.21 VC-17.02.02

VC-29.01.96 VC-25.05.94

VC-27.05.05 VC-27.03.15

Advanced options Select ▶Project Select ▶

★ EU-15049562	★ EU-18717319	★ EU-18073817	★ EU-18492902	★ EU-18690388	★ EU-18610268	★ EU-3534133	★ EU-17902502
★ EU-18147236	★ EU-17950811	★ EU-17940650	★ EU-18620746	★ EU-18107112	★ EU-17982109	★ EU-16707838	★ EU-18594060
★ EU-18734830	★ EU-17866739	★ EU-17947149	★ EU-18140202	★ EU-18609510	★ EU-17912545	★ EU-14644835	★ EU-18577722
★ EU-18216537	★ EU-18065288	★ EU-18605318	★ EU-18226512	★ EU-18463778	★ EU-18255391	★ EU-18062814	★ EU-18024094

Overeenkomst in woordmerken

- IP Australia: Trade Mark Precedent Identification tool

TMPI Search v0.1.3

Trade mark #

Trade mark text

Goods & Services

^ Search terms

Original trade mark (P1)
 Exact match only

Primary terms (P2)
 Exact match only

Secondary terms (P3)
 Exact match only

Exclude terms

∨ Filters (3 selected)

Relevance Show extracted marks only Results per page

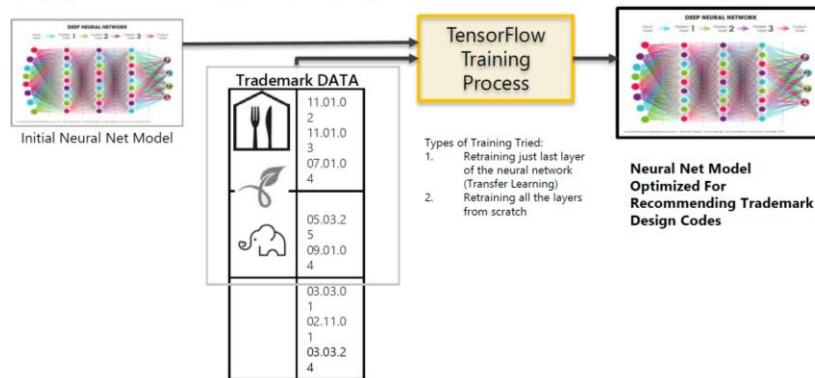
Rank	Relevance	Score	Number	Trademark	Class	Priority Date	Status	Extract
1	★★★★★	1.00	1892088	SOOTHE	9, 42	05/12/2017	Registered: Registered/protected	<input checked="" type="checkbox"/>
2	★★★★★	0.98	1194844	PSOOTHE	42	26/10/2006	Ceased - Not renewed: Renewal fee not paid	<input checked="" type="checkbox"/>
3	★★★☆☆	0.66	1389557	SOOTHIE	10, 11, 21	29/12/2009	Protected: Registered/protected	<input type="checkbox"/>
4	★★☆☆☆	0.66	1360384	SOOTHE TIME	34, 35	21/03/2008	Removed - Not renewed: Renewal fee not paid	<input type="checkbox"/>

Classificatie van beeldmerken

- USTPO: Trademark Design Code Suggestions

Trademark Design Code Suggestions

A six-digit numerical design search code is assigned to each design element of a trademark, such as a depiction of a star (01.01.03) or flower(05.05.25). Using years of images with corresponding examiner-annotated design codes, we are able to train deep learning systems that can predict design codes of a new trademark image.



Classificatie van goederen en diensten

- IP Australië: Trade Mark International Classification Service (TMICS)
- JPO: classificatie van onduidelijk aangeduide goederen en diensten
- EUIPO: trade mark Easy-filing
 - Voor examiners: similarity tool

2 Select your goods and services

Your trade mark must contain a list of the goods and/or services to be covered by the mark.

Enter your goods and services with keywords. _____

gelato

30 Ice cream

Add

30 Ice creams

Add

30 Ice-cream

Add

| removed

30 Yoghurt based ice cream [ice cream predominating]

Add

Machine vertaling

- WIPO Translate
- EUIPO: eSearch Case Law



Protect your intellectual property in the European Union

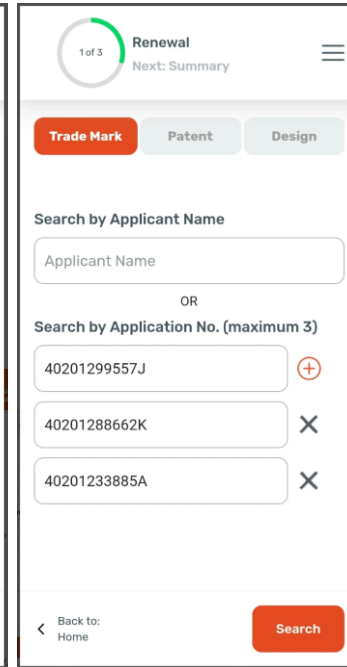
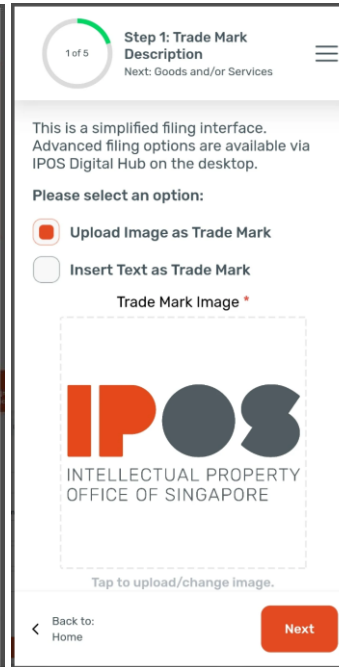
eSearch Case Law

From To Language

Case number Case name Text search [Advanced search](#)

Ondersteuning voor aanvragers

- IP Australia: TM checker
- IPOS GO app



Belemmeringen van AI-technologieën



Algemene belemmeringen

- AI tools van IE- kantoren doorzoeken slechts **geregistreeerde rechten**
- Nauwkeurige juridische gegevens vereist
 - **Digitalisering** van onderzoeks-, oppositie- en nietigheidsprocedures en beslissingen van het Board of Appeal
 - **Structuur** van gegevens volgens gelijksoortige punten van recht en feiten (zie Darts IP/Clarivate)
 - Multi-jurisdictionele context: er zijn subtiele **verschillen in jurisprudentie**
 - 1) inschrijfbaarheid van beschrijvende tekens in combinatie met een beeldelement
 - 2) onderscheidend vermogen van termen in vreemde talen, enz.

Algemene belemmeringen (2)

- Nauwkeurige **marktgegevens** vereist
 - Relevant voor elke beoordeling met betrekking tot het **gebruik van een merk op de markt**
 - Voorkeuren en koopgedrag van consumenten
 - **Privacybelangen** kunnen een belemmering vormen voor de beschikbaarheid van deze gegevens
- **Beperkte samenwerking** tussen IE-kantoren voor het uitwisselen van gegevens
- **Vooringenomenheid** in AI
 - Vooringenomenheid in het ontwerp ("deskundige" gelijkens)
 - Vooringenomenheid in het gebruik (automation bias Art. 14.4.b EU ontwerp Wet op de AI)

Belemmeringen voor relatieve weigeringsgronden

- Voorbeeld van verwarringsgevaar
 - **Gelijksoortige tekens:** prestaties variëren maar altijd nauwkeuriger
 - **Gelijksoortige goederen:** niet alleen Nice-Klassen relevant, maar ook andere factoren, zoals aard van het goed, eindgebruik, concurrerende producten, waar verkocht, enz.
 - **Verwarringsgevaar**
 - **Relevant publiek**, of het niche (EU) of algemeen publiek, hangt af van relevante markt
 - Mate van **onderscheidend vermogen** van het oudere merk
 - Directe of indirecte **verwarring in plaats van louter associatie**
- ➔ Uitdaging om AI-technologie te trainen op **mensgerichte en holistische** beoordelingen, gebaseerd op (deels) subjectieve jurisprudentie
- ➔ Uitdaging voor AI-technologie om zich bezig te houden met **evolutionaire interpretatie**

In hoeverre heeft winkelen met behulp van AI invloed op de handelsmerkfuncties en ons concept van de ‘gemiddelde consument’?

Online winkelen met AI

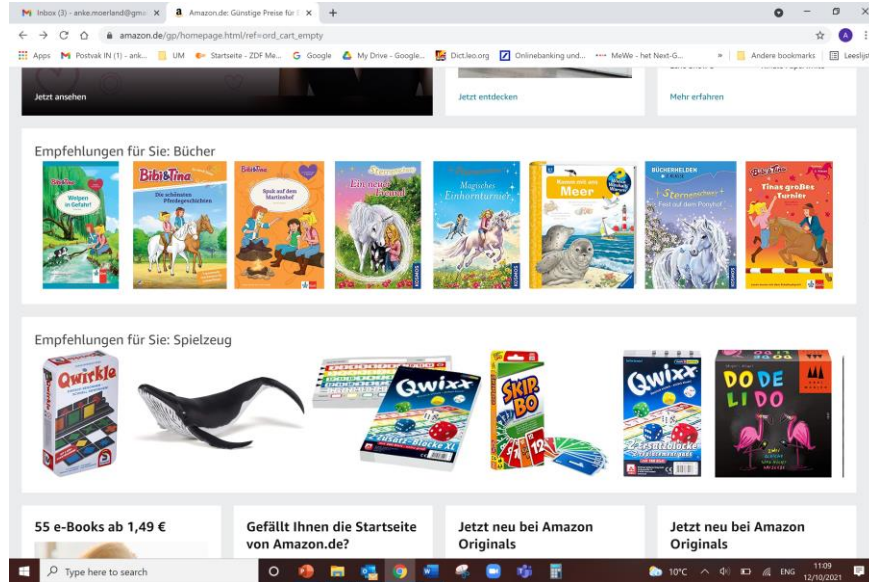


AI in verschillende mate betrokken

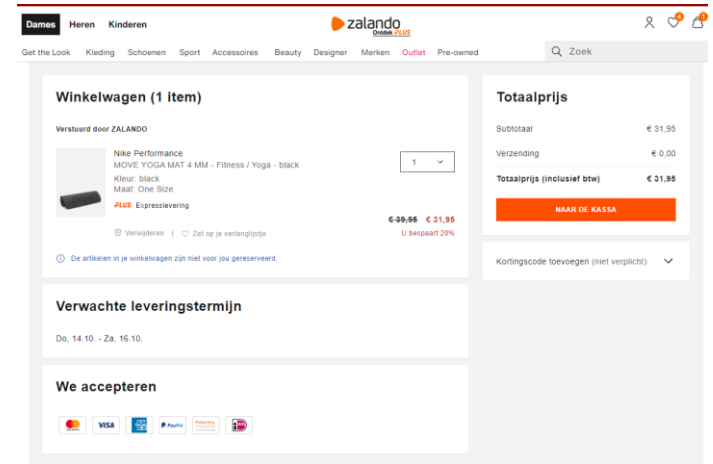
- Verschillende fasen van het aankoopproces
 - Fase 1: consumentenvoorkeuren bepalen
 - Fase 2: aankoopties vergelijken
 - Fase 3: aankoopbeslissing bepalen
 - Fase 4: de transactie voltooien
 - Fase 5: consumeren en feedback geven

-  Verschillende mate van AI-betrokkenheid
- Van enkel sommige fasen tot volledig

1. Productaanbevelingen

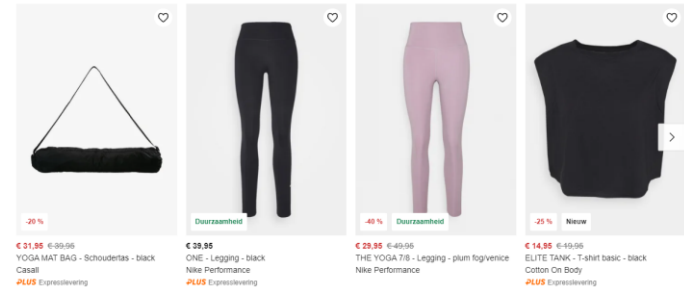


- ➔ Meestal in fase 1 en 2 van het aankoopproces
- ➔ Definitieve aankoopbeslissing bij de consument



Dit vind je misschien ook leuk
Geïnspireerd op jouw keuzes

[Ontdek meer >](#)



2. Virtuele assistenten



- In fase 1 - 3 van het aankoopproces
- Sterke betrokkenheid; uiteindelijke aankoopbeslissing bij de consument

3. Geautomatiseerd bestellen



SMART REORDERING

Alexa can detect when ink or toner is running low and order more when you need it

- Consument schakelt dit in voor bepaalde producten
- Alleen bepaalde merken zijn verbonden met service

- ➔ In fase 1 - 4 van het aankoopproces
- ➔ Volledige betrokkenheid, zelfs bij aankoopbeslissing

Handelsmerkfuncties



Oorsprong en kwaliteitsfunctie van handelsmerken

- Niet meer nodig voor **snelle en effectieve aankopen**
 - Met verbeterde capaciteit en enorme snelheid vermindert AI-technologie de behoefte aan vereenvoudigde informatie op de markt
- Maar: handelsmerken blijven informatie communiceren aan consumenten **wanneer zij het product consumeren (fase 5)**
 - Ervaringen van consumenten zijn relevant voor het volgende **aankoopproces**
- Rol om **onvervalste concurrentie** te garanderen
 - De concurrentie zou worden geschaad wanneer concurrenten verwarrende informatie kunnen verstrekken

Aanvullende functies

- Voorkeuren voor bepaalde merken zullen herkenbaar zijn voor de AI
- **MAAR: positieve waarden en gevoelens** verbonden aan een merk **verbeteren het aankoopproces**
 - Kan niet worden overgedragen via de suggesties van een AI
 - Bekende merken doen dit wanneer **ze mensen bereiken** via reclame of tijdens het consumeren van het product (fase 5)
- Feedback over voorkeuren wordt teruggekoppeld naar het volgende **aankoopproces**

AI-ondersteunde consument



Consumentengedrag (cognitieve psychologie)

- **Consumenten** verwerken informatie op minstens twee manieren:
 - Onbewuste, snelle en automatische manier (gewone activiteit op de achtergrond)
 - Bewuste, langzame en weloverwogen manier (ongewone patronen)
- ➔ Consumenten handelen niet consistent op een oplettende, geïnformeerde en omzichtige manier
- **Gedifferentieerde benadering** van consumentengedrag
 - Type goederen of diensten
 - Algemeen versus gespecialiseerd/professioneel publiek
 - Verschillende mate van oplettendheid

AI-ondersteunde consument

- Productaanbevelingen
 - Consument nog steeds zeer betrokken - waarschijnlijk aandacht voor merk eigenaar
 - **Verbeterde cognitieve vaardigheden:** gedetailleerde informatie tot hun beschikking en perfect geheugen
 - ➔ Waarschijnlijk: aandachtiger en bedachtzamer ten opzichte van verschillende opties
- Virtuele assistenten en automatisch bestellen
 - Consumenten alleen betrokken bij laatste fase(n)
 - Vergelijkbaar met **professionele hulp:** als de consument erop kan vertrouwen dat er weinig vooringenomenheid is en er terdege rekening wordt gehouden met zijn voorkeuren, mate van aandacht van de consument waarschijnlijk laag
 - ➔ Waarschijnlijk: meer automatische, onbewuste en snelle aankoopbeslissingen (vooral voor basisproducten)

Aanpak van AI-ondersteund shoppen

- Onderscheid aankopen met of zonder AI-mechanismen
- **Basiskennis** van het betreffende AI-mechanisme
 - niveau van geavanceerdheid
 - mogelijke vooringenomenheid
 - betrokkenheid bij de verschillende aankoopfasen
- **Gedragsgegevens** over hoe consumenten handelen bij online aankopen met verschillende AI-tools voor verschillende producten
 - Type goederen of diensten
 - Vertrouwen in specifieke AI-tools
- **Het pluriforme concept** van de gemiddelde consument aanpassen aan het onderhavige geval

AI-handhaving op online marktplaatsen



Online marktplaatsen

- Variëren in
 - Maat
 - Oriëntatie (Business-to-consumer, Business-to-business, consumer-to-consumer)
 - Generalistisch tot gespecialiseerd aanbod
- In 2023 had eBay 133 miljoen wereldwijde kopers en ongeveer 1,8 miljard actieve objecten op een gegeven moment
 - ➔ **Menselijke beoordeling onmogelijk - AI komt in beeld**
- Proactieve en preventieve maatregelen
 - ➔ **Doel: vermoedelijke vervalsingen** in realtime detecteren en **blokkeren** totdat de echtheid is vastgesteld

Preventief algoritmisch filteren

- Geautomatiseerde **inhoudsherkenning**

- Presentatie van artikelen die te koop zijn, inclusief afbeeldingen en productbeschrijvingen
- Hoeveelheid goederen
- Gebrek aan officiële verpakking
- Metagegevens (tijdstempels, geolocatie, enz.)
- Beoordelingen van klanten
- Verkopersinformatie (gedrag, locatie, identiteit)
- Transactiegeschiedenis, d.w.z. wijziging van verkoopaanbiedingen
- Informatie met betrekking tot betaling, bijv. verdacht lage prijs

Art. 30 DSA

Ken uw zakelijke
klant



Gebaseerd op machinaal leren vs. op regels gebaseerd systeem

- Gesuperviseerd leren voor counterfeitidentificatie

Relevante AI-technologieën

- Beeldherkenning
 - Breekt afbeeldingen in **kleine groepen pixels** om afbeeldingen of onderwerpen te herkennen
 - Convolutionele neurale netwerken: detecteren aanwezigheid van **handelsmerklogo's** op illegale producten
- ➔ Varieteit aan trainingsbeelden is van cruciaal belang
- Gegevens bevatten
 - Beslissingen door menselijke inhoudsmoderators
 - Notice and takedown beleid
 - Gebruikers melden mogelijke vervalsingen (bijv. eBay 'Item melden')
 - Rechthebbende vullen gegevens aan (bijv. "Amazon's Brand Registry")

Vervalsingen verwijderen

- **Realtime detectie** van items met een hoog risico door voortdurende bewaking
 - In 2022 blokkeerde eBay 88 miljoen verdachte objecten en verwijderde proactief 1,3 miljoen
 - Geautomatiseerde reacties op verdachte vermeldingen - **onmiddellijk blokkeren of markeren** voor menselijke beoordeling
 - Alibaba Anti-Namaak Alliantie (AACAA)
 - Amazon Project Zero: merkeigenaars kunnen **direct listings verwijderen**
-  **Systeem van geprivatiseerde handhaving, gebaseerd op platformspecifieke voorwaarden**

Risico's en beperkingen

- Slechts 18% van 50 marktplaatsen gebruikt ML-technologie voor monitoring (2023 WIPO)
- Tijdelijke reclame en **live streaming**
- Vervalsers kunnen ook altijd AI gebruiken
- Belangrijke categorie van "niet in staat om te bepalen" listings – risico op "**valse positieven**"
 - Legitieme parallelimport
 - Tweedehands en gerepareerde of opgeknapte producten
 - Legitieme concurrerende substituten
- **Gebrek aan uitleg** over beslissing en onduidelijke procedures voor

Aansprakelijkheid van online marktplaatsen voor vervalsingen

- **Primaire aansprakelijkheid:** bij hybride marktplaatsen waar "goed geïnformeerde en redelijk oplettende gebruiker een verband legt tussen de marktplaats en het teken" ([HvJEU Louboutin](#))
- **Secundaire aansprakelijkheid** niet als
 - 1) ze niet op de hoogte zijn van feiten of omstandigheden van illegale activiteit en
 - 2) ze geen feitelijke kennis hebben ([art. 14 ECD](#); [art. 6 DSA](#))
- Nationale rechtbanken behouden discretionaire bevoegdheid om **rechterlijke bevelen** uit te vaardigen tegen tussenpersonen ([HvJEU eBay](#)), rekening houdende met het **ontbreken van een algemene toezichtverplichting** ([art. 15 ECD](#), [art. 8 DSA](#))

Gebruik van ACR-technologie - algemene bewaking?

- **Van** dienstverleners kan **niet worden geëist dat** zij een screeningsysteem installeren dat neerkomt op algemeen toezicht ([HvJEU YouTube](#))
- **Safe harbours** van [Art. 6 DSA](#) **nog steeds beschikbaar** voor hostingdiensten die te goeder trouw en op zorgvuldige wijze op eigen initiatief onderzoeken uitvoeren om illegale inhoud uit te schakelen [7 DSA](#)
- **DSA-vereisten** voor meldings- en actiesystemen
 - Voldoende nauwkeurige en voldoende gemotiveerde kennisgevingen [Art. 16\(2\)](#)
 - Voldoende onderbouwde uitleg waarom inhoud merkrechten schendt
 - Contactgegevens klager
 - Verklaring dat de beschuldigingen nauwkeurig en volledig zijn
 - Markten moeten informatie verstrekken over het gebruik van geautomatiseerde middelen [Art. 17\(3\)\(c\)](#)

Samenvatting



Samenvatting

- Verschillende AI-tools voor merkregistratie en -onderzoek
 - **Beperkingen** met betrekking tot de beschikbaarheid van marktgebaseerde gegevens, verschillen tussen jurisdicties en de mensgerichte aard van het merkenrecht
- AI-tools zijn in verschillende mate betrokken bij het aankoopproces
 - Handelsmerken **vervullen** nog steeds **hun oorspronkelijke en aanvullende functies**, aangezien consumenten met handelsmerken blijven interageren wanneer ze producten consumeren en waarden en gevoelens overbrengen.
 - Concept van **gemiddelde consument** breed genoeg voor verschillende AI-assistentie
 - **Meer onderzoek** nodig naar hoe consumenten AI-ondersteunde aankoopbeslissingen nemen
- AI-tools beloven **nuttig toezicht** op vervalsingen op online marktplaatsen
 - Geen verplichting om AI-tools te gebruiken; **DSA** kan **meer transparantie** mogelijk maken over geprivatiseerd handhavingssysteem dat door platforms is opgezet

Bedankt voor uw aandacht!



anke.moerland@maastrichtuniversity.nl



www.maastrichtuniversity.nl/nl/anke.moerland



[@AnkeMoerland](https://twitter.com/AnkeMoerland)



[linkedin.com/in/anke-moerland](https://www.linkedin.com/in/anke-moerland)

