

Petrus wint handelsmerkzaak in China

De legendarische wijnmakerij van Bordeaux, Petrus, heeft een overwinning behaald in China tegen fraudeurs die een niet-bestaande tweede Petrus-wijn maken

N. Wang

De legendarische wijnmakerij van Bordeaux, Petrus, heeft een overwinning behaald in China tegen fraudeurs die een niet-bestaande tweede Petrus-wijn maken die voor het eerst werd gezien op de grootste wijnbeurs van het land.

Het vonnis van het Beijing People's High Court bevestigde twee eerdere rechterlijke uitspraken die in het voordeel van het Pomerol-landgoed beslisten tegen het in Wenzhou gevestigde wijnbedrijf voor de inbreuk op zijn wettelijk handelsmerk Chinese naam “伯萃斯”.

De wijnmakerij van Bordeaux werd blijkbaar gewaarschuwd door een rapport dat N. Wang in 2017 deed op de China Food and Drinks Fair (Chengdu), de grootste wijn- en sterke drankbeurs van het land, toen flagrante vervalsingen werden tentoongesteld in het Kempinski-hotel. De vervalsingen waren zo aangemoedigd en gangbaar dat het, het best kan worden omschreven als "Disneyland van nepwijnen".

Een van de copycat-wijnen werd door niemand anders geproduceerd dan het bedrijf Wenzhou, dat de lookalike PACURS claimde als het tweede label van Petrus, dat het Pomerol-landgoed nooit heeft geproduceerd.



Het rapport uit 2017 zette Petrus ertoe aan om volgend jaar een rechtszaak aan te spannen tegen het Chinese bedrijf bij de Intellectuele Eigendomsrechtbank van Peking, waarbij hij aanvoerde dat de wijn van het Wenzhou-bedrijf de officieel gedeponeerde Chinese naam "伯萃斯" schendt, die het in 2014 een jaar voor de Wenzhou had toegepast.

Volgens vrijgegeven gerechtelijke documenten, betoogt Petrus dat het bedrijf Wenzhou een gelijkaardige naam en hetzelfde ontwerp gebruikte om het publiek te misleiden, in strijd met artikel 30 van de handelsmerkwet van de Volksrepubliek China. Dit leidde tot de uitspraak van de rechtbank in het voordeel van Petrus.

Het bedrijf uit Wenzhou ging echter in beroep tegen de zaak bij het National Intellectual Property Court en uiteindelijk bij het hooggerechtshof van Peking. Beiden bevestigden de eerdere uitspraak van de rechtbank en gaven Petrus een overwinning om zijn handelsmerk Chinese naam te gebruiken.

Het Hooggerechtshof van Peking oordeelde dat wanneer twee handelsmerken worden toegepast op soortgelijke goederen, de merkrechten daarom worden verleend op basis van het principe wie het eerst komt, het eerst maalt. In dit geval Petrus.

Interessant is dat dit niet de eerste keer is dat het bedrijf Wenzhou in de controverse over nepwijn terechtkomt. Het is ook de distributeur van een van de nepmerken van Chateau Lafite Rothschild in China, zoals het in 2016 bij een andere zaak betrokken was.

Bekende merken zoals Penfolds en Lafite zijn allemaal verwickeld in langdurige rechtszaken om hun intellectuele eigendomsrechten in China te verdedigen, dat vaak wordt bekritiseerd door juridische experts vanwege zijn lakse IP-projecties.

Het land heeft zijn inspanningen opgevoerd om IE-rechten te beschermen. In 2019 wijzigde het zijn handelsmerkwet om deponeringen te kwader trouw te beteugelen.