

亚洲域名争议解决中心

北京秘书处

行政专家组裁决

案件编号: **CN1000400**

投 诉 人: 埃玛纽爱尔·尤卡罗有限公司 (Emanuel Ungaro)

被投诉人: lv kefeng

争议域名: emanuelungaro.info

注 册 商: 广东时代互联科技有限公司 (Todaynic.com, Inc)

1、案件程序

2010年10月13日, 投诉人根据互联网络名称及数字地址分配公司 (ICANN) 施行的《统一域名争议解决政策》(以下简称《政策》)、《统一域名争议解决政策之规则》(以下简称《规则》) 及亚洲域名争议解决中心 (ADNDRC) 施行的《统一域名争议解决政策之补充规则》(以下简称《补充规则》), 向亚洲域名争议解决中心北京秘书处 (以下简称“中心北京秘书处”) 提交了投诉书, 选择由一人专家组进行审理。

2010年10月13日, 中心北京秘书处向投诉人传送通知, 确认收到投诉书。同日, 中心北京秘书处向 ICANN 和域名注册商广东时代互联科技有限公司 (Todaynic.com, Inc) 发出注册信息确认函, 要求其确认注册信息。2010年12月15日, 注册商广东时代互联科技有限公司 (Todaynic.com, Inc) 回复确认争议域名系在该公司注册, 注册人为本案被投诉人。

2010年12月24日, 中心北京秘书处向被投诉人传送投诉书传递封面, 并转去投诉人的投诉书。

2010年12月28日, 中心北京秘书处以电子邮件向被投诉人传

送程序开始通知，转送已经审查合格的投诉书及其附件，要求被投诉人按照规定的期限提交答辩。同日，中心北京秘书处以电子邮件向投诉人传送投诉书确认及送达通知，确认投诉书已于同月经审查合格并送达被投诉人，本案程序于2010年12月28日正式开始。同日，中心北京秘书处以电子邮件向 ICANN 和争议域名的注册商广东时代互联科技有限公司 (Todaynic.com, Inc) 传送程序开始通知。

被投诉人在答辩期限内未提交答辩。2011年1月18日，中心北京秘书处向投诉人及被投诉人传送缺席审理通知。

2011年1月18日，中心北京秘书处向吴能明先生发出列为候选专家通知，请其确认是否接受指定，作为本案专家审理案件，并在当事人间保持独立公正。候选专家于同日回复中心北京秘书处，同意接受指定，并保证案件审理的独立性和公正性。

2011年1月18日，中心北京秘书处向双方当事人及上述专家传送专家指定通知，指定吴能明先生为本案独任专家，成立一人专家组审理本案。同日，中心北京秘书处将案件移交专家组。

根据《规则》第6(f)条和第15(b)条，专家组应当在成立之日（即2011年1月18日）起14日内即2011年2月1日前（含1日）就本案争议作出裁决。

2、基本事实

(1) 投诉人

本案投诉人为埃玛纽爱尔·尤卡罗有限公司 (EMANUEL UNGARO)，地址为法国巴黎大山路2号，(2, AVENUE MONTAIGNE, PARIS, FRANCE)。投诉人在本案中的代理人为符海鹰。

(2) 被投诉人

本案被投诉人为 lv kefeng，地址为 Zhe jiang sheng Cixi shi kandunjiedao yizaonanlu 28hao。争议域名“emanuelungaro.info”于2010年3月20日通过注册机构广东时代互联科技有限公司

(Todaynic.com, Inc)注册。

3、当事人主张

(1) 投诉人

投诉人商标“EMANUEL UNGARO”源自其创始人法国著名设计师 Emanuel Ungaro 的姓名。Emanuel Ungaro 先生出生在一个意大利移民家庭，于 1955 年到巴黎开始从事时装设计，1965 年发布他的首个以其名字命名的服装系列，并一举成名。通过投诉人对 EMANUEL UNGARO 品牌长期广泛的使用和宣传，EMANUEL UNGARO 商标的知名度在中国获得了肯定。

在全球最大的搜索引擎 Google 上搜索“EMANUEL UNGARO”的所得到的结果共有 1,740,000 项，而在最大的中文搜索引擎百度上搜索“EMANUEL UNGARO”共得到 156,000 项结果，可以发现这些搜索结果均直接指向投诉人，因此可以得出结论“EMANUEL UNGARO”在中国或者说是华语领域内已经和投诉人形成了唯一的联系。

此外，投诉人还通过中国国家图书馆在部分数据数据库中查询了所有包含“EMANUEL UNGARO”的新闻报导，从这些报导中可以看到“EMANUEL UNGARO”或者其中文译名“伊曼纽尔·温加罗/埃玛纽爱尔·尤卡罗/马努埃尔·温加罗”经常和其它品牌如“香奈儿、纪梵希、阿玛尼”等一起作为国际知名服装品牌出现在中文媒体的报导上：从 2001 年 7 月开始，“中央电视台国际互联网站”就已经开始报导了投诉人在巴黎举办的时装秀，随后，《大河报》、《当代生活报》、《新民晚报》、《广西日报》等报刊也报导了投诉人的服装特色以及最新动态。以上查询也能够说明中国的媒体对投诉人的服装产品和品牌形象也早就开始了关注和报导。综上所述，投诉人公司创立人 EMANUEL UNGARO 先生是世界知名的服装设计师，其设计的 EMANUEL UNGARO 品牌时装在包括中国在内的世界时尚界享有很高的知名度。

“EMANUEL UNGARO”是投诉人的商标、商号和标识，自投诉人成立以来，其就一直使用该标志从事商业活动。投诉人就该标志在中国国家商标局申请及使用依法核准的注册商标。该商标于 1992 年 11 月 28 日在中国第 14 和 25 类申请注册，并于 1994 年被中国商标局核准，注册号分别为 677726 和 674873，经续展目前均在有效期内。

被投诉人恶意注册和使用与投诉人注册商标混淆性相似的域名 emanuelungaro.info，且对该域名并不享有权利或合法权益，符合《政策》第四条的规定，原因有以下几点：

（一）争议域名与投诉人享有权利的注册商标混淆性相似

“EMANUEL UNGARO”是投诉人在全球时尚界具有极高知名度的商标，对于中国消费者而言，“EMANUEL UNGARO”与投诉人公司已经形成了唯一的联系。消费者一看见“EMANUEL UNGARO”就会很自然地将它同投诉人公司联系起来。

由于争议域名“emanuelungaro.info”的有效识别部分与投诉人知名商标完全相同，消费者在看到争议域名后极易将该域名误认为是投诉人公司所有的或者是与投诉人公司相关联的域名而进入浏览，从而造成误点击。因此，争议域名的注册与使用必然会造成消费者的混淆与误认。

“EMANUEL UNGARO”是投诉人使用多年并在时尚领域享有极高知名度的注册商标。争议域名有效识别部分与投诉人在先知名商标完全相同。因此，争议域名的主要部分“emanuelungaro.info”明显构成了对埃玛纽爱尔·尤卡罗有限公司商标等在先权利的复制与模仿，足以构成混淆性的相似。

（二）被投诉人对该域名并不享有权利或合法权益

投诉人早在 1994 年就已经开始在中国注册并使用“EMANUEL UNGARO”商标。投诉人在中国商标局官方网站及主要搜索引擎网站上均未发现被投诉人对“EMANUEL UNGARO”享有任何民事权益。同

时, 投诉人亦未曾授权被投诉人使用与“EMANUEL UNGARO”有关的任何商标。因此, 被投诉人对“EMANUEL UNGARO”不享有合法民事权益。

(三) 被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意

首先, “EMANUELUNGARO”是法语词汇, 是投诉人的创始人世界著名时装设计师 EMANUEL UNGARO 先生的名字, 没有具体含义, 因而具备极强的显著性, 而且投诉人对其顶级域名“emanuelungaro.com”已使用了超过 10 年, 且其在中国时尚领域已经具有了很高的知名度。因此, 被投诉人注册争议域名显然不可能是出于设计上的偶然或巧合。同时, 经多次尝试, 争议域名均无法打开进行正常浏览。由此可见, 被投诉人并没有真正使用争议域名。

经投诉人查询, 被投诉人还注册了如“versaceyoung.com”、“donatellaversace.net”、“grancabrio.org”、“ferreroroche.org”、“krizia.org”、“armanijunior.org”等域名, 这些域名的识别部分分别为范思哲下属童装品牌, 多娜泰拉·范思哲-范思哲品牌现任设计师、马莎拉蒂下属第一款四座敞篷跑车品牌、意大利著名巧克力品牌、意大利著名时装品牌及阿玛尼下属童装品牌。而且, 上述域名的识别部分或识别部分主体也均早已在中国获得商标注册。

另外, 投诉人曾对被投诉人抢注的“emanuel-ungaro.com”域名提起域名争议投诉, 经中心北京秘书处受理并最终裁决将上述域名转移给投诉人(案件号: CN-1000346)。

由此可见, 被投诉人一贯将他人先注册商标或知名品牌注册成域名, 并反复将投诉人先注册并使用的知名商标注册成域名。其行为不但会导致消费者的混淆或误认, 损害包括投诉人在内的相关权利人的合法权益, 而且更是阻止了投诉人以域名的形式在互联网上合法使用其知名注册商标的权利。因此, 被投诉人注册和使用争议域名的行为具有明显的恶意, 应予制止。

综上所述, 由于投诉人对争议域名识别部分享有在先商标权, 被

投诉人对其不享有任何权利，且被投诉人注册争议域名的行为已属于《政策》第 4 条(b)项之(ii)所指的恶意注册情形，即“注册域名的目的是为了阻止商品商标和服务商标的所有人以相应的域名反映其上述商标者”，并且被投诉人还多次将他人享有合法权益的商标或者名称抢注为域名。根据上述规定，投诉人请求专家组裁决将被投诉的域名转移给投诉人。

(2) 被投诉人

被投诉人没有提出任何答辩。

4、专家意见

根据被投诉人与注册商之间的注册协议，被投诉人同意受《统一域名争议解决政策》(《政策》)的约束。《政策》适用于本项争议解决程序。

《政策》第 4 条规定了强制性域名争议解决程序。根据第 4(a)条的规定，投诉人必须证明以下三个条件均已满足：

(i) 被投诉人域名与投诉人享有权利的商品商标或服务商标相同或混淆性相似；且

(ii) 被投诉人对该域名并不享有权利或合法利益；且

(iii) 被投诉人对该域名的注册和使用具有恶意。

(一) 关于完全相同或混淆性相似

专家组接纳，“EMANUEL UNGARO”是投诉人的商标/品牌，投诉人自 1965 年以来，就一直使用该标志从事商业活动，是一个在世界各地（包括中国）享有极高知名度的品牌。在中国（被投诉人的所在地），投诉人的“EMANUEL UNGARO”品牌以及其中文译名“伊曼纽尔·温加罗/埃玛纽爱尔·尤卡罗/马努埃尔·温加罗”同样享有极高知名度。“EMANUEL UNGARO”亦是依法核准的注册商标。该商标于 1992 年 11 月 28 日在中国第 14 和 25 类申请注册，并于 1994 年被中国商标局核准，注册号分别为 677726 和 674873，经续展目前均

在有效期内。投诉人对“EMANUEL UNGARO”标识享有在先权益。

专家组接纳投诉人的主张，争议域名“emanuelungaro.info”中的识别部分与投诉人知名商标/品牌完全相同，消费者在看到争议域名后极易将该域名误认为是投诉人公司所有的或者是与投诉人公司相关联的域名而进入浏览。因此，争议域名的主要部分“emanuelungaro”明显构成了对埃玛纽爱尔·尤卡罗有限公司商标的复制与模仿，足以构成混淆性的相似。

专家组认为，投诉人已经满足《政策》第 4(a)(i)条规定的条件。

(二) 关于被投诉人权利或合法利益

按照《政策》第 4(a)(ii)条规定，专家组需要认定的第二个争议的事实是，被投诉人是否对争议域名享有权利或合法利益。

正如上文提及，投诉人的“EMANUEL UNGARO”商标/品牌，在中国具有极高的知名度。投诉人注册以及使用“EMANUEL UNGARO”作为商标亦是远早于被投诉人注册争议域名的时间。投诉人亦确认从没有授权被投诉人使用有关商标/品牌名称，因而有关的举证责任转移到被投诉人。

被投诉人并未有作出任何答辩，当然未有就转移的举证责任，作出任何举证。特别是没有根据《政策》第 4(c)条作出举证。投诉人的表面证明，在此情形下是可以被确认为事实的。据此，专家组接纳投诉人主张被投诉人对争议域名并未有权利或合法利益为事实。

专家组认为，投诉已经满足《政策》第 4(a)(ii)条规定的条件。

(三) 关于恶意

根据《政策》第 4(a)(iii)条的规定，投诉人需要证明的第三个争议事实是，被投诉人注册和使用域名具有恶意。

《政策》第 4(b)条规定：“针对第 4(a)(iii)条，尤其是如下情形但并不限于如下情形，如经专家组发现确实存在，则构成恶意注册和使用域名的证据：

(i) 该情形表明，你方注册或获取域名的主要目的是为了向作为商品商标或服务商标所有人的投诉人或其竞争对手出售、出租或转让域名，以获取直接与域名注册相关费用之外的额外收益者；或者，

(ii) 你方注册行为本身即表明，你方注册该域名的目的是为了阻止商品商标和服务商标的所有人以相应的域名反映其上述商标者；或者，

(iii) 你方注册域名的主要目的是为了破坏竞争对手的正常业务者；或者，

(iv) 以使用域名的手段，为商业利益目的，你方通过制造你方网站或网址上所出售的商品或提供的服务与投诉人商标之间在来源者、赞助者、附属者或保证者方面的混淆，故意引诱网络用户访问你方网站或其它联机地址者。”

投诉人的举证以及主张是针对《政策》第 4 (b) (ii) 条所涵概的情形而提出。

投诉人举证，被投诉人还注册了如“versaceyoung.com”、“donatellaversace.net”、“grancabrio.org”、“ferreroroche.org”、“krizia.org”、“armanijunior.org”等域名，这些域名的识别部分分别为范思哲下属童装品牌、多娜泰拉·范思哲-范思哲品牌现任设计师、马莎拉蒂下属第一款四座敞篷跑车品牌、意大利著名巧克力品牌、意大利著名时装品牌及阿玛尼下属童装品牌。而且，上述域名的识别部分或识别部分主体也均早已在中国获得商标注册。

另外，投诉人曾对被投诉人抢注的域名“emanuel-ungaro.com”提起域名争议投诉，经中心北京秘书处受理并最终裁决将上述域名转移给投诉人。

专家组认同投诉人的主张，被投诉人是一贯将他人先注册商标或知名品牌注册成域名，并反复将投诉人先注册并使用的知名商标注册成域名。有见及这些雷同域名注册的数量，可以推断的是，本案被投诉人注册争议域名的目的是阻止投诉人以域名的形式在互联网

上合法使用其知名注册商标的权利。

专家组认为被投诉人注册争议域名的行为已属于《政策》第4条(b)项之(ii)所指的恶意注册情形，即“注册域名的目的是为了阻止商品商标和服务商标的所有人以相应的域名反映其上述商标者”。

另一方面，基于下列各点，专家组认为在本案亦可以直接对第4(a)(iii)条作出推断，被投诉人注册与使用争议域名是有恶意的。

(1) 被投诉人虽已注册该域名，仍没有将争议域名作任何用途。

(2) 作为商标/品牌名称, Emanuel Ungaro 在包括中国(被投诉人所在地)在内的世界各地具有极高知名度。

(3) 被投诉人对争议域名并无任何权益。

(4) 被投诉人并没有向作为商标所有人的投诉人寻求给予注册和使用的许可。

(5) 有见及投诉人对 Emanuel Ungaro 商标/品牌在世界各地以及中国的权益，不可以想象被投诉人怎样可以合法地使用 Emanuel Ungaro 标识。

(6) 被投诉人并没有就投诉人的指证作出答辩。

专家组接纳，投诉人证明了《政策》4(b)(ii)规定的情形存在，亦同时直接证明了第4(a)(iii)条的要求，证明了被投诉人注册及使用争议域名具有恶意。

5、裁决

综上所述，专家组认定，投诉人的投诉已经满足《政策》第4(a)条所规定的三个条件，裁决争议域名“manuelungaro.info”转移给投诉人埃玛纽爱尔·尤卡罗有限公司 (Emanuel Ungaro)。

独任专家:



二〇一一年一月二十八日