

## 專利申請

### [臺灣]

#### 外籍申請人毋須記載詳細中文地址

智慧局日前表示，為簡化專利及商標案件申請程序，申請人為外國籍者，中文地址填寫國名或地區名即可，毋須將英文地址翻譯為中文。但為維護申請人基本資料之完整性，仍需完整填寫申請人之英文地址。

資料來源：“外國籍申請人的中文地址欄位，填寫國名或地區名即可。” TIPO. 2016年7月20日。

<<http://www.tipo.gov.tw/ct.asp?xItem=596283&ctNode=7127&mp=1>>

### [以色列]

#### 網路公開資訊可作為以色列設計專利前案

以色列設計專利目前仍由英國託管時期遺留下的 1924 年專利與設計條例 (Patent and Design Ordinance of 1924) 所規範，要求相對新穎性 (absolute local novelty)，無優惠期規定，且針對新穎性進行實審。由於新專利法草案仍未通過，目前對於網路公開之判斷僅基於審查委員會議 (Commissioner of Patents Circular) 的決議，其認為以色列專利局以外的各國專利局設計專利網路資料庫可得之資料會破壞以色列設計申請案的新穎性。然而由以下案例可知，網路公開資訊也可能破壞以色列設計專利申請案的新穎性。

Naalei Nayot LTD (後稱申請人) 於 2014 年 2 月 26 日提出了數件與鞋襪相關的以色列設計專利申請案，申請人為其中被駁回的 9 件申請案提出舉行聽證之請求，這些申請案因為申請人的網站廣告、Facebook 頁面廣告和其他廣告早於申請日而被認為缺乏新穎性和原創性，其申請案號分別為 55280、55283、55288、55289、55291、55270、55271、55278 和 55279。申請人認為審查委員引用的網路廣告由第三人提供，和申請人無關，行銷性質網頁時常更新而可信度存疑，當中的消費者留言又有匿名問題，更可能根本和系爭之設計無關，故無損於申請案之新穎性，申請人並引用另一件判決中認為根據廣告網站無法判斷資訊公開日期的前例以支持其論點。然而審查委員認為廣告之公開是可信的，廣告本身也許沒有註明公開的時間點，但其公開最早可被追溯到出現消費者留言的時間，而留言內容經過確認也和系爭設計之產品有關。

申請人主張審查委員引用的 Facebook 廣告並非針對消費者推出，也非商品型錄，依 Facebook 廣告無法讓使用者旋轉圖像，以從各角度察看商品；但審查委員認為資訊公開為已發生之事實，和廣告針對族群無關。然而 Facebook 廣告中對各款設計呈現的角度和程度都不同，最後設計申請案 55280、55283、55289、55291、55271 這 5 件申請案是因為無法從 Facebook 廣告中看清楚其設計，而獲得核准註冊。

資料來源：“Publication on the Internet Prior to Filing Israel Design Applications,” The IP Factor. 2016 年 7 月 26 日。