



Mål nr 05-488
V.ans. 02-03859

PATENTBESVÄRSRÄTTENS

DOM

meddelad 2008-04-25 efter överklagande av Patent- och registreringsverkets beslut, se bilaga 1.

Klagande: Arcus Produkter AS (sökande)

Ombud: Awapatent AB

Motpart:

Ombud:

Målet gäller: Registrering av varumärket VIKINGFJORD i figur.

DOMSLUT

Patentbesvärslätten undanröjer överklagade beslutet och visar ansökningen åter till Patentverket för fortsatt handläggning.

EE

Postadress	Besöksadress	Telefon	Fax	Org.nr
Box 24160	Linnégatan 87 D	08-783 38 50	08-783 76 37	202100-3971
104 51 Stockholm				

YRKANDE M.M.

Arcus Produkter AS har i Patentbesvärsrätten vidhållit ansökningsen.

Till grund för sin talan har bolaget hållit fast vid att det sökta märket VIKINGFJORD i figur inte är förväxlingsbart med det motanförda gemenskapsvarumärket 000877001 VIKING i figur.

Bolaget har till utveckling av talan anfört bl.a. följande. Vid sidan av det figurativa fjordlandskapet är det ordet FJORD utfört i fet stil som dominerar figurmärket VIKINGFJORD. Förledet VIKING återges endast i tunna bokstäver. Märkets visuella intryck skall jämföras med det synintryck som EG-varumärket VIKING ger tillsammans med det i märket ingående skeppet. Den visuella helheten hos de båda märkena skiljer sig otvetydigt åt. Även fonetiskt och associationsmässigt föreligger stora skillnader mellan märkena. Ordet VIKINGFJORD består av ett distinkt ord som utgör ett begrepp i sig och som anspelar på ett speciellt nordiskt kustlandskap. En association som återspeglas genom varumärkets stiliserade bild av ett fjordlandskap. Ordet VIKING är i varumärkes-sammanhang vanligt förekommande, särskilt i relation till alkoholhaltiga drycker, vilket medför att det i sig har mycket svag särskiljningsförmåga. Avbildningar av vikingaskepp är så vanliga att de uttryckligen omnämns i WIPO:s Wienklassificering. Systembolagets hemsida redovisar sju olika dryckesvaror för vilka ordet VIKING används i marknadsföringen. Det varuslag som märkena avser rör sig om kostsamma lyxvaror varför konsumenterna gör noggranna överväganden inför sina inköp. I förevarande fall är det osannolikt att konsumenter skulle felaktigt anta att det finns ett samband mellan det sökta märket och det motanförda märket. Att varumärket VIKINGFJORD inte kan anses förväxlingsbart med EG-märket VIKING framgår även av att ett antal andra EU-länder, däribland Danmark, Grekland och Storbritannien, registrerat VIKINGFJORD utan att motanföra märket VIKING.

DOMSKÄL

Det sökta märket VIKINGFJORD i figur avser alkoholhaltiga drycker i klass 33 och det motanfödda gemenskapsvarumärket VIKING i figur omfattar konjak och vodka i klass 33. Varuslagslikhet föreligger därmed mellan de varor som de båda märkena omfattar.

Det sökta märket består av orden VIKING och FJORD skrivna i en följd men i olika typsnitt. Texten är utförd i vitt mot bakgrund av en blå oval ram placerad på en bild av ett stiliserat fjordlandskap. Det motanfödda märket består av ordet VIKING placerat under bilden av ett vikingaskepp. Genom förekomsten av ordet viking i de båda märkena föreligger därför en viss märkeslikhet. De båda märkesorden skiljer sig emellertid åt i fonetiskt avseende. De figurativa inslagen i respektive märke anknyter vidare på ett iögonenfallande sätt till märkets text. Således förstärker fjordlandskapet i det sökta märket märkesordet på ett sådant sätt att detta i första hand associeras med en fjord. På motsvarande sätt förstärks märkesordet VIKING i det mothållna märket genom bilden av ett skepp från vikingatiden. Sammantaget finner Patentbesvärsträtten att det inte föreligger någon beaktansvärd risk för att konsumenterna skall få den uppfattningen att de alkoholhaltiga drycker sökandens märke avser har samma kommersiella ursprung som de varor som tillhandahålls under det motanfödda märket. Sökandens märke VIKINGFJORD i figur är således inte förväxlingsbart med märket VIKING i figur. Överklagandet skall därför bifallas.

Jeanette Bäckvall
Referent

Merit Persson

Annika Ryberg

Enhälligt