



# PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 24 juni 2010

## **Klagande**

Unilever N.V.

Weena 455, NL-3013 AL Rotterdam, Nederländerna

Ombud: Albihns.Zacco AB

Box 5581, 114 85 Stockholm

## **SAKEN**

Giltighet av den internationella varumärkesregistreringen FRUSI i figur

## **ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE**

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 6 november 2008 angående int.reg. nr 871.349, se bilaga 1

## **DOMSLUT**

Patentbesvärsrätten avslår överklagandet.

EE

---

Postadress	Besöksadress	Telefon	Fax	Org.nr
Box 24160	Karlavägen 108	08-783 38 50	08-783 76 37	202100-3971
104 51 Stockholm				

**YRKANDE M.M.**

Unilever N.V. har vidhållit sin begäran att den internationella registreringen av varumärket FRUSI i figur (nr 871349) skall gälla i Sverige.

Till grund för sin talan har bolaget hållit fast vid att FRUSI i figur inte är förväxlingsbart med det motanförla gemenskapsvarumärket FRUSI i figur (nr 4103561).

Unilever har till utveckling av talan i PatentbesvÄrsrÄtten anfört bl.a. följande.

Det motanförla märket domineras helt av ett fantasifullt utformat djur i form av en snigel medan klagandens märke består av geometriska mönster, stiliserade blommor och blad i mjuka former. Vidare innehåller klagandens märke en tydlig avsändare i form av det mycket välkända figurmärket vilket utgörs av ett stiliserat hjärta. I betraktarens ögon kommer således klagandens märke att associeras till GB-Glace och de varuslag som varumärket avser. Ordet FRUSI i sammanhanget förstärker associationen till klaganden och GB-Glace varumärket då detta ingår som ett suggestivt moment som anspelar på någonting fruset och fruktigt. Då minnesbilden av det motanförla märket i huvudsak är snigeln och av klagandens märke det stiliserade hjärtat tillsammans med de geometriska formerna, finns det ingen som helst risk att märkena kan associeras med varandra, än mindre förväxlas.

De varuslag som märkena avser kan inte bedömas som likartade. Klagandens produkter är frusna och går att finna i butikernas frysdiskar – oftast avskilda från övriga frysta livsmedel – eller via andra distributionskanaler såsom glasskiosker och kaféer. Det motanförla märket avser däremot konserver och andra väl hållbara produkter som definitivt inte återfinns i butikernas frysboxar, ej heller i kiosker eller kaféer. I bedömningen bör hänsyn även tas till att ur ett tillverknings-, distributions- och försäljningsperspektiv utgörl glassindustrin i allmänhet en egen fristående bransch från den övriga livsmedelsbranschen. Glassprodukter köps för njutnings skull, inte för att man skall bli mätt. I syfte att få den förväntade smakupplevelsen gör därför konsumenten i regel ett mycket medvetet och omsorgsfullt märkesval.

## DOMSKÄL

Det föreligger varuslagslikhet mellan bl.a. frysta yoghurtprodukter (frozen yoghurt products) i klass 29 och glass (ice creams) och frysta desserter (frozen desserts) i klass 30 som Unilevers internationella varumärkesregistrering avser och fruktkonserver och sylter i klass 29 som registreringen av det motanförda gemenskapsvarumärket omfattar.

De motstående märkena innehåller olika figurelement, vilket visuellt skapar en viss distans mellan dem. Det med avseende på livsmedel distinktiva ordet FRUSI ingår dock i sin helhet som enda ordelement i båda varumärkena. De varor som tillhandahålls under märkena kommer därmed att efterfrågas under det identiska märkesordet FRUSI.

I betraktande av det nu anförda finner Patentbesvärslätten vid en helhetsbedömning, lika med PRV, att Unilevers märke FRUSI i figur är förväxlingsbart med det motanförda gemenskapsvarumärket FRUSI i figur.

Överklagandet skall på grund av det anförda lämnas utan bifall.

**ANVISNING FÖR ÖVERKLAGANDE**, se bilaga 2 (Formulär B)

---

I avgörandet har deltagit patenträttsråden Per Carlson, ordförande, tillika referent, och Jeanette Bäckvall samt f. patenträttsrådet Ulf Hallin.  
Enhälligt.