



PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 7 september 2010

PARTER

Klagande

PORT EUROPE

22, rue de la Fédération, F-75015 Paris, Frankrike

Ombud: Awapatent Aktiefbolag

Box 5117, 200 71 Malmö

Motpart

Port Out Bags & Accessories, 87113128395

2/13 Sydenham Rd, 2100 Brookvale, Australien

c/o Johan Hedberg

Skepparstigen 6, 133 33 Saltsjöbaden

SAKEN

Upphävande av varumärkesregistreringen PORT OUT i figur

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 11 december 2008
angående vm.reg. nr 385.406, se bilaga 1

DOMSLUT

Med upphävande av det överklagade beslutet häver Patentbesvär-
rätten registreringen av varumärket PORT OUT i figur (vm.reg. nr
385406).

EE

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

YRKANDEN M.M.

PORT EUROPE har i Patentbesvärslätten vidhållit sitt yrkande att registreringen av varumärket PORT OUT i figur ska upphävas såvitt avser samtliga varor i klasserna 18 och 28 samt beträffande pjäxväskor (inredda och formade), sportväskor utformade att innehålla fotbollsskor och beträffande sportväskor utformade att innehålla skidpjäxor i klass 25.

Port Out Bags & Accessories (Port Out) har bestritt ändring.

PORT EUROPE har till grund för sin talan hållit fast vid att varumärket PORT OUT i figur är förväxlingsbart med bolagets internationella varumärke PORT i visst utförande.

Port Out har till grund för sin talan hållit fast vid att de motstående varumärkena inte är förväxlingsbara.

PORT EUROPE har till utveckling av talan anfört bl.a. följande.

I klasserna 9 och 18 föreligger total identitet med avseende på varuslag. Båda märkena innehåller ordet PORT. Om det äldre märket är inkluderat i det yngre märket och om ordet är dominerande ökar risken för förväxling. Ordet PORT är dominerande i det yngre märket. Ordet OUT är ett ord man lätt bortser ifrån i ett varumärke eftersom det har en specifik betydelse. Bildelementet är underordnat och texten under ordet PORT är skriven med så litet typsnitt att den i stället kan uppfattas som ett streck. Det faktum att ordet PORT uppfattas som understruket gör också att PORT framstår som dominerande. Det finns stor risk att konsumenter kan förledas tro att produkter märkta med respektive varumärke kommer från samma företag eller från företag som har ett ekonomiskt samband. Kundkretsen är stor och inte särskilt specialiserad. Inköp sker utan någon större analys av köpet och produkterna betingar inga stora värden. Det skulle kunna vara så att konsumenterna uppfattar PORT OUT som en utvidgning av produktlinjen PORT och därför tror att det finns någon koppling mellan det kommersiella ursprunget för produkterna. Ordet PORT i det yngre märket framstår inte ihopskrivet med ordet OUT. Eftersom ordet PORT står först är det vanligen den orddel

som konsumenten lägger på minnet. Uttalsmässigt föreligger det också stora likheter mellan märkesorden. Även utseendemässigt är märkesorden lika. Ordet PORT har ingen betydelse i förhållande till väskor så konsumenten gör inga särskilda associationer utan kan tolka det som det svenska ordet port eller det engelska ordet med de olika betydelserna hamn, port, öppning, babord eller portvin. Det är inte visat att konsumenterna uppfattar PORT OUT som ett begrepp och att de därefter skulle associera till det historiska begreppet inom sjöfart (port out starbord home = posh) och den betydelse ordet posh har på engelska. Denna association är alltför långsökt. Sammantaget föreligger det stor risk för förväxling av varumärkena.

Port out har till utveckling av talan anfört bl.a. följande.

Ordet port, dvs hamn är generiskt och i ett figurmärke upplevs inte ordet förväxlingsbart med det äldre märket. Port Out är en vedertagen förkortning för Port Out-Starbord Home eller POSH vilket är ett uttryck för elegant eller exklusivt. Engelsmän med pengar reste under 1800-talet Port Out and Starbord Home till tropikerna varför det blev synonymt med exklusivitet. Det finns ingen understrykning i figurmärket. Det finns ingen möjlighet till förväxling då Port Out är ett eget ord. I så fall skulle förväxling finnas i alla sammanhang där Port ingår, vilket på en enkel Internetslagning gav hela 10 sidor.

DOMSKÄL

Såsom PRV anfört föreligger det identitet med avseende på varuslaget väskor i klass 18 som de motstående märkena bl.a. omfattar.

Det äldre märket består av ordet PORT i visst utförande. Märkesordet uppfattas närmast som det engelska ordet som kan översättas till hamn. Märket är särskiljande med avseende på bl.a. de väskor som omfattas av registreringen.

Det yngre märket innehåller bl.a. de framträdande märkesorden PORT OUT och en kompassliknande figur. Det kan hållas för visst att varor sålda under märket kommer att efterfrågas under PORT OUT. Denna

beteckning kan, som PRV anført, översättas med ”babord ut” och förekommer i uttrycket ”port out, starboard home”.

Den omständigheten att ordet PORT inleder det yngre märket medför att märkena företer en visuell och fonetisk likhet. Ordet PORT ger i de båda märkena också upphov till liknande associationer, bl.a. sjöfart, och är därmed suggestivt med avseende på bl.a. de väskor som omfattas av respektive märke.

Sammantaget finner Patentbesvärslätten att märket PORT OUT i figur är förväxlingsbart med den motanförla internatlonella varumärkesregistreringen PORT, särskilt som varor som säljs under beteckningen PORT OUT kan framstå som en särskild produktlinje av varor sålda under det äldre märket PORT.

Registreringen av varumärket PORT OUT i figur ska på grund av det anförda upphävas.

ANVISNING FÖR ÖVERKLAGANDE, se bilaga 2 (Formulär B)

I avgörandet har deltagit patenträttsråden Per Carlson, ordförande, Jeanette Bäckvall, referent, och adjungerade ledamoten Erika Lunell.
Enhälligt.