



# PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 31 januari 2011

## **PARTER**

### **Klagande**

Specsavers BV

Groest 54, 1211 EC Hilversum, Nederländerna

Ombud: Stefan Brandt, Baker & McKenzie Advokatbyrå KB

Box 5719, 114 87 Stockholm

### **Motpart**

Synsam Service Aktiebolag, 556134-2600

Box 30153, 104 25 Stockholm

Ombud: Advokatfirman Konsultbyrån för Marknadsrätt Aktiebolag

Sveavägen 31, 6 tr., 111 34 Stockholm

## **SAKEN**

Upphävande av varumärkesregistreringen EASYVIEW

## **ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE**

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 21 april 2009

angående vm.reg. nr 394.171, se bilaga 1

## **DOMSLUT**

Patentbesvärsrätten avslår överklagandet.

EE

---

Postadress	Besöksadress	Telefon	Fax	Org.nr
Box 24160	Karlavägen 108	08-450 39 00	08-783 76 37	202100-3971
104 51 Stockholm				

## YRKANDEN M.M.

Specsavers BV har i Patentbesvärsrätten vidhållit sitt yrkande att registreringen av varumärket EASYVIEW ska upphävas.

Synsam Service Aktiebolag har förelagts att yttra sig över överklagandet men har inte gjort det.

Specsavers har till grund för sin talan hållit fast vid att Synsams varumärke EASYVIEW är förväxlingsbart med bolagets gemenskapsvarumärke EASYVISION.

Till utveckling av talan har Specsavers anfört bl.a. följande. Det föreligger varuslagsidentitet inte bara likhet. Det råder vidare en mycket hög grad av märkeslikhet mellan märkena. Båda märkena består av det engelska ordet EASY vilket också är prefixet i respektive märke. Förutom att EASY följs av två mycket lika suffix VIEW respektive VISION börjar båda märkenas suffix med VI. Enligt praxis ges prefix en särskild betydelse vid förväxlingsbedömningen. Sammantaget är de båda märkena visuellt och konceptuellt mycket lika. Båda märkena har lika betydelse på det engelska språket, enkel syn på svenska. Principen om den blekande minnesbilden medför att en konsument uppfattar de båda märkena som närmast identiska och kommer att tro att varor sålda under respektive märke härstammar från ett och samma företag. De engelska orden EASY och VISION är inte ord som normalt används i svenskt språkbruk och sammansättningen av orden till EASYVISION har därmed relativt hög grad av särskiljningsförmåga. Mot bakgrund av det anförda ger det visuella och fonetiska intrycket samt övriga faktorer vid handen att orden EASYVISION och EASYVIEW avser samma varumärke och att EASYVIEW således ska hävas.

## DOMSKÄL

Det föreligger identitet mellan de glasögonvaror och de optikertjänster som såväl registreringen av varumärket EASYVIEW som den motanförda gemenskapsregistreringen av märket EASYVISION omfattar i klasserna 9 och 44.

Patentbesvärslätten delar PRV:s bedömning att de motstående märkena ger upphov till liknande associationer. Märkena skiljer sig emellertid från varandra såväl visuellt som fonetiskt på det sätt som verket konstaterat. Med hänsyn härtill och till att det äldre märket EASYVISON, som PRV också anfört, får anses besitta begränsad känneteckenskraft med avseende på varor och tjänster i klasserna 9 och 44, föreligger tillräckliga skillnader mellan märkena för att det yngre märket EASYVIEW inte ska vara förväxlingsbart med det äldre märket. Överklagandet kan därför inte bifallas.

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

---

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