



PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 14 februari 2011

PARTER

Klagande

Marie Brizard & Roger International S.A.

Ombud: Awapatent Aktiefbolag

Box 5117, 200 71 Malmö

Motpart

L O Smith AB

Ombud: Michael Plogell, Wistrand Advokatbyrå Göteborg KB

Box 11920, 404 39 Göteborg

SAKEN

Upphävande av varumärkesregistreringen BRIZA

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 26 maj 2009

angående vm.reg. nr 392.840, se bilaga 1

DOMSLUT

Patentbesvärslätten avslår överklagandet.

LC

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.

Marie Brizard & Roger International S.A (Marie Brizard) har vidhållit sitt yrkande att det registrerade varumärket BRIZA ska upphävas.

L O Smith AB har bestritt ändring.

Marie Brizard har till grund för sin talan hållit fast vid att varumärket BRIZA är förväxlingsbart med bolagets registrerade varumärke MARIE BRIZARD (reg. nr 85886) samt med de internationella varumärkesregistreringarna MARIE BRIZARD COLOURS IN THE NIGHT (reg. nr 875531), MARIE BRIZARD THE NATURAL CHOICE OF BAR PROFESSIONALS (reg. nr 835147), EASY MIX MARIE BRIZARD (reg. nr 827483) och MARIE BRIZARD easyMIX ORANGE SPIRIT CARY MANGO BLUE BANANA i figur (reg. nr 826737).

L O Smith AB har till grund för sitt bestridande åberopat att bolagets varumärke inte är förväxlingsbart med Marie Brizards varumärken.

Bolagen har till utveckling av talan i huvudsak anfört samma omständigheter som antecknats i PRV:s beslut samt därutöver bl.a. gjort följande tillägg.

Marie Brizard

Marie Brizard är innehavare av åtskilliga varumärkesrättigheter där ordet BRIZARD ingår som gemensam nämnare. Det är för bolagets del tydligt att det rör sig om ett centralt kännetecken för företaget och dess produkter vilket visas av att märket är en återkommande beståndsdel i bolagets varumärken. Härmed är det rimligt att anta att användningen av varumärket BRIZA i samband med alkoholhaltiga drycker leder till en association till produkter från MARIE BRIZARD och således skulle användningen av varumärket BRIZA föranleda stor skada och risk för förväxling samt urvattning av bolagets distinktiva kännetecken. Det torde stå utom allt tvivel att det är ordet BRIZARD som besitter den högsta distinktiviteten och således är det denna del som är känsligast vid förväxlingsbedömningar. Enligt bolagets uppfattning är såväl BRIZA som

BRIZARD två fantasiord som har i princip samma namnkaraktär och som således i högsta grad riskerar förväxling sinsemellan.

De åberopade varumärkesrättigheterna som hindrar det sökta märket omfattar "likörer, viner, även mousserande, brännvin, konjak, alkoholer och spirituosa" eller "alkoholhaltiga drycker" i klass 33, dvs. såväl vodka som likörer. Således är det uppenbart att då sökandens varuförteckning avser "vodka" faller denna produkt i sin helhet in under bolagets åberopade rättigheters skyddsomfång. Ren varuslagsidentitet föreligger alltså.

L O Smith AB

Den svenske genomsnittskonsumenten av alkoholdrycker är mycket märkesmedveten. Alkohol har karaktär av sällanköpsprodukt som normalt inte nyttjas dagligen. Den svenska prispolitiken för alkohol medför att genomsnittssvensken är mycket noggrann vid sina inköp; han vet redan före inköpet vad det är för sort han vill ha. Detta gäller särskilt konsumenter av likör. Även olika slag av alkoholhaltiga drycker inom klass 33 kan i varumärkeshänseende uppfattas som skilda varor. Konsumenten uppfattar vodka och likör som att de är av olika art.

Framställningsprocessen för likör respektive vodka är åtskilda och vodka är varken nödvändig eller viktig för användningen av likör eller tvärtom. Vidare nyttjar genomsnittskonsumenten vodka på ett annat sätt än likör och vodka är inte utbytbart med likör. Det föreligger sålunda inte konkurrens mellan varuslagen och inte heller kompletterar varorna varandra.

De mothållna märkena har ingen dominerande led eller del och det bestrids att BRIZARD skulle vara dominant. Vid bedömningen varken kan eller skall bortses från förnamnet MARIE. Genomsnittskonsumenten efterfrågar aldrig BRIZARD om han önskar den likör som säljs under bl.a. det mothållna märket MARIE BRIZARD. Sammanfattningsvis föreligger ingen förväxlingsrisk vare sig ur ett visuellt, fonetiskt eller konceptuellt perspektiv.

DOMSKÄL

Patentbesvärslätten delar PRV:s bedömning att det föreligger varuslagslikhet mellan vodka i klass 33 som det yngre märket BRIZA avser och de varor av bl.a. samma slag som de motanförla märkena MARIE BRIZARD, MARIE BRIZARD COLOURS IN THE NIGHT, MARIE BRIZARD THE NATURAL CHOICE OF BAR PROFESSIONALS, EASY MIX MARIE BRIZARD samt MARIE BRIZARD easyMIX ORANGE SPIRIT CARY MANGO BLUE BANANA i figur omfattar i samma klass.

Patentbesvärslätten konstaterar vidare att märkesordet BRIZA vid en helhetsbedömning skiljer sig tillräckligt från de av Marie Brizard motanförla märkena för att märkeslikhet inte ska anses föreligga.

Vid denna bedömning är varumärket BRIZA inte förväxlingsbart med något av de motanförla varumärkena. Överklagandet ska därför lämnas utan bifall.

ANVISNING FÖR ÖVERKLAGANDE, se bilaga 2 (Formulär B)

I avgörandet har deltagit patenträttsrådet Jeanette Bäckvall, ordförande, f. patenträttsrådet Ulf Hallin samt adjungerade ledamoten Jon Bergman, referent. Enhälligt.