



PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 31 oktober 2011

Klagande

Djurmagasinet i Sverige AB, 556224-8624
Saltängsgatan 25, 602 22 Norrköping
Ombud: Nihlmark & Zacharoff Advokatbyrå AB
Box 7701, 103 95 Stockholm

SAKEN

Registrering av varumärket DJURMAGAZINET

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 21 september 2010
angående v.ans. nr 07-09921, se bilaga 1

DOMSLUT

Patentbesvärsrätten undanröjer det överklagade beslutet i vad det avser tjänsterna annons- och reklamverksamhet och företagsadministration i klass 35 och visar ansökningen åter till PRV för erforderlig behandling med avseende på dessa tjänster.

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.

Djurmagasinet i Sverige AB har i Patentbesvärslätten vidhållit sin ansökan om registrering av varumärket DJURMAGAZINET. I andra hand har bolaget yrkat att varumärket registreras för de tjänster som det inte föreligger hinder mot.

Till grund för sin talan har bolaget hållit fast vid att det sökta varumärket i sig besitter för registrering erforderlig särskiljningsförmåga för de tjänster ansökan avser och att det i vart fall har förvärvat sådan förmåga genom användning.

Bolaget har till utveckling av sin talan anfört huvudsak följande. Betydelsen av ordet ”magasin” är inte butik eller affär, utan lager, förrådsbyggnad, lagringsbehållare, behållare för patroner, tidskrift eller programtyp för TV eller radio. Ingen av sökta tjänster har något med magasinering, vapen eller tv-program att göra. Ordet ”djurmagasinet” är inte utifrån svenskt språkbruk ett känt uttryck för att beskriva sökta tjänster eller för att ange tjänsternas väsentliga egenskaper. DJURMAGAZINET uppfattas som angivare av ett särskilt ursprung och inte som en allmän beteckning för vissa tjänster. DJURMAGAZINET har sådan särskiljningsförmåga att varumärket gör det möjligt att säkerställa att den tjänst som är föremål för registreringsansökan härrör från ett visst företag och således särskilja tjänsten från andra företags tjänster.

Djurmagasinet i Sverige är en av Sveriges största fackhandelskedjor när det gäller zoobutiker, marknadsledande tillsammans med två andra kedjor vad gäller antal butiker, omsättning och ett gott renommé inom branschen. DJURMAGAZINET är mycket känt i Sverige sedan i vart fall slutet av 1990-talet enligt intyg från Zoobranschens Riksförbund.

Djurmagasinet i Sverige har sänt reklam i lokala TV-kanaler och annonserat i den rikstäckande tidningen Aftonbladet. Bolaget har också givit ut en reklamtidning 7-8 ggr per år under kännetecknet DJURMAGAZINET. Bolagets och medlemsföretagens totala omsättning uppgår till ca 500 miljoner kr per år. Av GfK:s undersökning under maj 2008 framgår att DJURMAGAZINET rankades som 109 av Sveriges 350 ”hetaste” varu-

märken. Av tidningen Market Magasins undersökning från samma år framgår att DJURMAGAZINET utgjorde det 5:e "hetaste" butiksvarumärket. De totala marknadsföringskostnaderna uppgår till ca 7 miljoner kr årligen. Bolaget är vidare närvarande vid ett stort antal mässor m.m. Vidare har bolaget ett stort antal besökare på sin webbplats.

Med beaktande av samtliga omständigheter har DJURMAGAZINET i vart fall förvärvat särskiljningsförmåga. Omsättningskretsen är inte allmänheten utan består av konsumenter av husdjursprodukter eller för vilka det är naturligt att intressera sig för husdjursprodukter. Märket används och fungerar sedan många år både som närings- och varukännetecken i Sverige. Omsättningskretsen uppfattar det som fackhandelskedjans huvudvarumärke och marknadsundersökningar bekräftar att omsättningskretsen uppfattning att det är fråga om ett starkt varumärke.

Djurmagasinet i Sverige har i Patentbesvärsrätten åberopat den bevisning i form av bl.a. en undersökning från GfK utförd under år 2009 som bolaget lade fram hos PRV. Vidare har bolaget här som ny bevisning åberopat ytterligare ett intyg från ZOORF, Zoobranschens Riksförbund till styrkande att märket förvärvat särskiljningsförmåga för de tjänster det avser.

DOMSKÄL

Betydelsen av ordet magasin kan, såsom PRV anför, vara butik eller affär. Att ordet stavas med ett z istället för ett s och att det även kan ha andra betydelser medför inte någon annan bedömning. Det sökta märket DJURMAGAZINET är därför beskrivande för återförsäljartjänster avseende levande djur, djurfoder och tillbehör till djur och sådant innehav i klass 35.

Omsättningskretsen för det aktuella märket får anses utgöras av de personer som är intresserade av husdjur dvs. en stor del av konsumenter i allmänhet.

De av Djurmagazinet i Sverige åberopade undersökningarna tar inte sikte på huruvida omsättningskretsen, så som den bestämts ovan, uppfattar DJURMAGAZINET som ett kännetecken för de tjänster som omfattas av ansökningsen och kan därför inte läggas till grund för någon bestämd slutsats huruvida det sökta märket förvärvat för registrering erforderlig särskiljningsförmåga. Inte heller av utredningen i övrigt framgår att märket DJURMAGAZINET kommit att i omsättningskretsen uppfattas som ett kännetecken för sökta tjänster. Det sökta märket är dock inte beskrivande med avseende på tjänsterna annons- och reklamverksamhet och företagsadministration i klass 35. Det föreligger därför inte hinder mot registrering med avseende på dessa tjänster.

ANVISNING FÖR ÖVERKLAGANDE, se bilaga 2 (Formulär B)

I avgörandet har deltagit patentrådet Jeanette Bäckvall, ordförande och referent, f. patentrådet Ulf Hallin samt adjungerade ledamoten Mia Svärd. Enhälligt.