



PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 10 augusti 2012

Klagande

Larex AB, 556706-4331

c/o Giertz Vinimport AB, Bredgränd 2, 111 30 Stockholm

Ombud: Noréns Patentbyrå AB

Box 10198, 100 55 Stockholm

SAKEN

Registrering av varumärket ECOLOGICA

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 22 november 2010
angående v.ans. nr 08-06730, 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.

Larex AB har i Patentbesvärsträtten vidhållit sin ansökan om registrering av varumärket ECOLOGICA.

Grunder

Bolaget har till grund för sin talan hållit fast vid att det sökta märket i sig besitter för registrering erforderlig särskiljningsförmåga för varuslaget vin i klass 33 samt att märket i vart fall genom användning har förvärvat sådan förmåga.

Bolaget har till utveckling av sin talan, utöver vad som framhållits i PRV och antecknats i verkets beslut, anfört i huvudsak följande.

Utveckling av talan

Det sökta märket ECOLOGICA har inneboende särskiljningsförmåga i förhållande till den sökta varan vin i klass 33, bl.a. eftersom ekologiskt i vinsammanhang på engelska heter organic och inte ecologic.

Att ECOLOGICA har förvärvat erforderlig särskiljningsförmåga genom inarbetning styrks dels av den marknadsundersökning som genomfördes i maj 2009, dels genom intyg från branschföreningen Sprit & Vinleverantörsföreningen år 2006 och år 2009, försäljningssiffror från Systembolaget, mediekartläggningar från år 2000 till år 2012 samt uppgifter om marknadsföringskostnader under samma period.

ECOLOGICA har använts kontinuerligt och i stor skala under lång tid. Under den tiden har inga varumärkeskonflikter eller reella förväxlingar uppstått. ECOLOGICA är dominanten på samtliga etiketter och vinboxar liksom i reklam och i annonsering.

PRV har i sitt beslut gjort ett flertal felaktiga uttalanden. Den åberopade marknadsundersökningen från Brand Eye är utarbetad i enlighet med etablerad praxis och avser att mäta både kännedomsgraden och känneteckensfunktionen hos det sökta varumärket. Frågorna 1 – 3 avser inte att mäta märkets känneteckensfunktion utan syftar till att mäta känne-

domsgraden. Respondenternas svar visar att den uppmätta kännedomsgraden, spontant och med hjälp, ligger inom accepterad nivå på sammanlagt drygt 32 procent. Fråga 4 avser att mäta känneteckensfunktionen. Det är en grundläggande förutsättning för frågor av denna typ att varu-/tjänsteområdet omnämns för att respondenterna ska kunna ta ställning, eftersom ett och samma märke kan förekomma inom flera olika branscher. Respondenternas svar på frågan visar att det är 60 procent som anser att vinet kommer från en viss leverantör, vilket ligger väl över den nivå som krävs.

PRV har inte gjort en tillräckligt omsorgsfull genomgång av det omfattande material som getts in. PRV har slentrianmässigt avfärdat det faktum att Vinet Ecologica St. Florent Tor Chardonnay har varit Systembolagets största stilla vita vin på flaska under perioden januari till september 2009. Det återopade branschintyget styrker att ECOLOGICA har varit det bäst säljande ekologiska vinet på den svenska marknaden sedan lanseringen i december 2004. PRV har inte kommenterat vare sig denna omständighet eller den höga marknadsandelen om 1,16 procent av vinmarknaden.

Under åren 2004 till 2006 lades ca 337 000 kr på marknadsföring av ECOLOGICA i Sverige. Under åren 2007 till 2009 uppgick de årliga marknadsföringskostnaderna till ca 250 000 kr. Marknadsföringsbudgeten för ECOLOGICA är 3 500 000 kr för år 2012. Med tanke på de restriktioner som gäller beträffande reklam för alkoholhaltiga drycker i Sverige får dessa siffror anses vara höga.

ECOLOGICA har vidare förekommit i svenska medier vid ett stort antal tillfällen.

Under år 2004 såldes 45 273 liter vin under märket ECOLOGICA och under år 2008 såldes 1 812 448 liter. År 2009 var ECOLOGICA Systembolagets största stilla vita vin på flaska med en försäljning av 263 460 liter. Totalt sett var ECOLOGICA Systembolagets fjortonde mest sålda vin år 2009, med en marknadsandel om 1,16 procent. Detta kan jämföras med att det då största varumärket för vin på Systembolaget hade en marknadsandel om 2,76 procent. Under år 2011 hade de viner som säljs under varumärket ECOLOGICA en sammanlagd ranking som nummer

32 i Systembolagets försäljning, med 1 375 419 liter, vilket ger en marknadsandel om 1 procent. I februari 2012 låg de två vita vinerna under varumärket ECOLOGICA på tredje plats i Systembolagets ranking. De röda vinerna som säljs under varumärket ECOLOGICA är rankade till femtonde respektive tjugonde plats.

ECOLOGICA finns dessutom med som ett av två röda viner på SJ:s samtliga bistrovagnar i Sverige.

Övrigt

Bolaget har i Patentbesvärsträtten till stöd för att ECOLOGICA genom användning förvärvat särskiljningsförmåga lämnat in viss ytterligare utredning.

I målet har hållits muntlig förhandling, vid vilken en reklamfilm spelats upp.

DOMSKÅL

Patentbesvärsträtten finner lika med PRV att ordet ECOLOGICA saknar ursprunglig särskiljningsförmåga för vin i klass 33 (jfr. Patentbesvärsträttens dom den 10 juni 2008 i mål 06-113 ECOLOGICA).

Fråga är då om märket genom användning förvärvat särskiljningsförmåga.

Av utredningen i målet framgår att ECOLOGICA använts som en beteckning för vin under en i sammanhanget relativt lång tid och att det även har förekommit i media i stor omfattning. Såvitt framkommit har vinet också varit föremål för en inte obetydlig marknadsföring. Av ingivna intyg från bl.a. branschföreningen Sprit & Vinleverantörsföreningen år 2006 och år 2009 framgår vidare att de viner som marknadsförts på Systembolaget under beteckningen ECOLOGICA har haft en stor försäljningsvolym i Sverige.

Enbart vad som sålunda framkommit om den tid och den omfattning som beteckningen ECOLOGICA använts kan emellertid inte läggas till grund för slutsatsen att beteckningen inom omsättningskretsen kommit att uppfattas som ett kännetecken och inte som en beskrivande beteckning för de ekologiska viner som innefattas i varuslaget vin.

Larex har i PRV och i Patentbesvärsrätten åberopat en marknadsundersökning utförd av Brand Eye AB år 2009 och gjort gällande att de inledande frågorna 1 – 3 i marknadsundersökningen syftar till att mäta kännedomsgraden hos omsättningskretsen samt att den avslutande frågan avser att mäta känneteckensfunktionen hos det sökta märket ECOLOGICA.

Patentbesvärsrätten konstaterar att svaren på frågorna 1–3 i marknadsundersökningen ger vid handen att kännedomen hos respondenterna om ECOLOGICA får anses vara relativt låg. Särskilt vad avser den första frågan, som är en öppen fråga, där endast 4% av respondenterna förknippade ordet ECOLOGICA med produkten vin.

Den fjärde frågan är inriktad på om respondenterna uppfattar ECOLOGICA som ett varukännetecken eller deskriptiv beteckning och kan fungera som en kontrollfråga i förhållande till den kännedom om märket som framkommit i de föregående svaren. Utfallet av den fjärde frågan kan inte ensamt tas till intäkt för om märket uppfattas som ett varukännetecken utan måste således bedömas mot bakgrund av svaren på de inledande frågorna och då särskilt den öppna frågan. Med hänsyn *dels* till den relativt låga kännedom om ECOLOGICA som uppmätts genom de föregående frågorna, *dels* till den hjälp som lämnades i samband med dessa frågor, *dels* till att respondenterna fick upplysning om att den avslutande frågan rörde ett vin med namnet ECOLOGICA, medför inte det förhållandet att en hög andel av respondenterna förväntade sig att vinet kom från en viss leverantör, att ECOLOGICA blivit inarbetat, och därigenom förvärvat för registrering erforderlig särskiljningsförmåga för vin.

Larex har således inte visat att beteckningen ECOLOGICA förvärvat för registrering erforderlig särskiljningsförmåga för vin.

Överklagandet ska med hänsyn till det anförda lämnas utan bifall.

ANVISNING FÖR ÖVERKLAGANDE, se bilaga 2 (Formulär B)

I avgörandet har deltagit patenträttsrådet Stefan Svahn, ordförande, och f.d. patenträttsrådet Roland Halvorsen samt adjungerade ledamoten Jon Bergman, referent. Enhälligt.