



PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 20 juni 2013

PARTER

Klagande

Svensk Mjök AB

Box 210, 101 24 Stockholm

Ombud: Petter Rindforth, Fenix Legal KB

Stureplan 4C, 4 tr., 114 35 Stockholm

Motpart

1) Wisby Ost AB

Wallers Plats 4, 621 56 Visby

2) AG

SAKEN

Upphävande av varumärkesregistreringen WISBY OST i figur innehållande bl.a. märkesordet HERRGÅRD

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 20 mars 2012 angående varumärkesregistrering nr 413.477, se bilaga 1

DOMSLUT

Patentbesvärslätten upphäver det överklagade beslutet och häver varumärkesregistreringen WISBY OST i figur (nr 413477) innehållande bl.a. märkesordet HERRGÅRD.

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.

Svensk Mjök AB har i Patentbesvärsträtten vidhållit sitt yrkande att registreringen av varumärket WISBY OST i figur (nr 413.477) innehållande bl.a. märkesordet HERRGÅRD ska upphävas.

Wisby Ost AB och AG har förelagts att yttra sig över överklagandet, men har inte avhörtts.

Svensk Mjök AB har till grund för sin talan hållit fast vid att varumärket WISBY OST i figur (nr 413.477) innehållande bl.a. märkesordet HERRGÅRD är förväxlingsbart med bolagets gemenskapsvarumärke HERRGÅRD (nr 809319). Svensk Mjök har vidare hållit fast vid att HERRGÅRD sedan länge är ett väl etablerat och inarbetat varumärke för hårdost i Sverige.

Svensk Mjök AB har, utöver vad som anförts i PRV, utvecklat sin talan enligt följande. I mitten av 1990-talet lät den dåvarande innehavaren till varumärket HERRGÅRD utföra flera undersökningar. SIFO genomförde 1994 en rikstäckande marknadsundersökning i form av 1 000 telefonintervjuer varvid 90 % av de tillfrågade kände till HERRGÅRD och 59 % uppfattade HERRGÅRD som ett varumärke. Bland dem som äter hårdost dagligen uppfattade 62 % HERRGÅRD som ett varumärke. Samma år inhämtades ett expertutlåtande från professor Marianne Levin enligt vilket genomförda marknadsundersökningar visade att HERRGÅRD ovedersägligt och väl uppfyller de krav på notoritet som kan ställas på ett inarbetat kännetecken.

LUI Marknadsinformation AB genomförde 1997 en undersökning om attityder till svensk och utländsk hårdost. Undersökningen – 500 intervjuer över hela landet – beställdes av Ostfrämjandet och uppdraget avsåg bl.a. att utreda kännedomen om märket HERRGÅRD. Kännedomen om märket hade då ökat till 99 %.

Svensk Mjök AB har i egenskap av varumärkesinnehavare licensierat varumärket till ett antal mejeriföretag. Licenserna är registrerade hos OHIM. Svensk Mjök AB har vidare utarbetat en långsiktig och offensiv strategi för att komma tillrätta med missbruk av kännetecknet samt att

motverka degenerering. Ett exempel på detta är en annons med rubriken *Var noga med vilken mjölk du äter...* som våren 1995 infördes i riktäckande dagspress. En särskild varumärkes- och produktmanual togs fram 2002 i syfte att upplysa enskilda butiker och grossister om rätt märkning och motverkande av snyltning.

Svensk Mjölk AB har i Patentbesvärsträtten åberopat viss ny bevisning angående användning av varumärket HERRGÅRD.

DOMSKÄL

Av utredningen i målet –utdrag från uppgifter om försäljningsintäkter och marknadsföringsåtgärder, artiklar, pressreleaser, diverse inarbetningsintyg, internetutdrag m.m. – framgår att Svensk Mjölks kännetecken HERRGÅRD använts under lång tid och i stor omfattning i Sverige med avseende på ost i klass 29. Varken denna utredning eller vad Svensk Mjölk i övrigt har åberopat ger tillräckligt stöd för att HERRGÅRD är känt i Sverige på ett sådant sätt att dess känneteckenskraft förstärkts. Förväxlingsbedömningen ska därmed utgå från att märket har det skydd som varumärkesregistreringen ger.

Såsom PRV anfört föreligger det identitet med avseende på varuslaget ost som de motstående varumärkena omfattar i klass 29.

Det yngre figurmärket innehåller hela det äldre varumärket HERRGÅRD. Det består därutöver av ordet WISBYOST samt med avseende på den aktuella varan beskrivande beteckningar som VÄLLAGRAD, 16 MÅNADER I VISBY, AROMRIK, NÖTAKTIG och vissa figurativa element som en avbildning av Visby ringmur, murgröna m.m.

Det äldre märket HERRGÅRD behåller, även med beaktande av de övriga beståndsdelarna i det yngre sammansatta märket, sin kännetecknande förmåga varför omsättningskretsen, som utgörs av konsumenter i allmänhet, kan förledas att tro att det föreligger ett kommersiellt samband mellan de företag som tillhandahåller varor sålda under respektive märke, jfr EU-domstolens dom i mål C-120/04 (Medion).

Vid en helhetsbedömning är det yngre märket förväxlingsbart med det motanförda. Registreringen av varumärket WISBYOST i figur innehållande bl.a. märkesordet HERRGÅRD ska därför upphävas.

ANVISNING FÖR ÖVERKLAGANDE, se bilaga 2 (Formulär B)

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