



PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 18 september 2014

PARTER

Klagande

KRAV ekonomisk förening (716422-5364)

Box 1037, 751 40 Uppsala

Ombud: Anne Gustavsson

Aros Patent AB, Box 1544, 751 45 Uppsala

Motpart

Lindell MicroElectronics AB (556683-0625)

Vultejusvägen 19, 168 57 Bromma

SAKEN

Upphävande av varumärkesregistreringen KRAVBIODLARNA BÄST
PÅ HONUNG! i figur

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 9 april 2013
angående varumärkesregistrering nr 500.558, se bilaga 1

DOMSLUT

Patentbesvärsrätten upphäver det överklagade beslutet och häver
registreringen av varumärket KRAVBIODLARNA BÄST PÅ HONUNG!
i figur (registrering nr 500558).

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

KRAV ekonomisk förening har yrkat att Patentbesvärsrätten ska upphäva det överklagande beslutet och häva registreringen av varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur (nr 500558).

Lindell MicroElectronics AB har inte yttrat sig i Patentbesvärsrätten.

GRUNDER

Varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur är förväxlingsbart med de äldre registrerade, inarbetade och välkända varumärkena KRAV i figur (nr 0204373 respektive 0410467) samt med det inarbetade och välkända kännetecknet KRAV.

Varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur är också förväxlingsbart med den äldre registrerade firman KRAV ekonomisk förening (556683-0625), vilken enligt sin verksamhetsbeskrivning bl.a. ska bedriva verksamhet i form av kontroll och märkning av ekologiska produkter.

Varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur är vidare förväxlingsbart med det inarbetade näringskännetecknet KRAV som är skyddat i hela Sverige.

Användningen av varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur drar otillbörlig fördel av de ovan angivna äldre kännetecknens anseende. Märkena är samtliga kända inom en betydande del av omsättningskretsen. Användningen är vidare till förfång för KRAV ekonomisk förenings känneteckens särskiljningsförmåga och renommé.

Innehavaren av varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur var vidare i ond tro när ansökan om registrering lämnades in. Varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur är förväxlingsbart med det av KRAV ekonomisk förening vid tidpunkten för ansökan för livsmedel använda varumärket KRAV i figur (nr 410467), använda ordmärket KRAV, näringskännetecknet KRAV ekonomisk förening samt

näringskännetecknet KRAV. De åberopade äldre kännetecknen användes för livsmedel vid tidpunkten för ansökan och användningen av kännetecknen fortgår alltjämt. Innehavaren av det yngre varumärket KRAV-BIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur kände till KRAV ekonomisk förenings användning av de åberopade kännetecknen vid ansökan om registrering av sitt varumärke.

Användningen av varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur är vidare ägnat att vilseleda allmänheten om det kommersiella ursprunget. Konsumenterna får den felaktiga uppfattningen att en produkt från KRAVBIODLARNÄ är framställd i enlighet med de regler som gäller för att få använda varumärket KRAV.

UTVECKLING AV TALAN

Förstärkt särskiljningsförmåga och inarbetning

De registrerade varumärkena och KRAV ekonomisk förenings övriga kännetecken har genom lång och intensiv användning erhållit en förstärkt särskiljningsförmåga som ger föreningens varumärken och övriga kännetecken ett skydd utöver det som följer av registreringarna vilket även ska beaktas vid bedömningen av märkes- och känneteckenslikheten.

Firman KRAV ekonomisk förening registrerades år 1985 och såväl firman som varumärkena KRAV samt kännetecknet KRAV har sedan dess använts i en omfattning som har gjort varumärkena och kännetecknen kända i mycket hög utsträckning.

KRAV är Sveriges mest kända miljömärkning för mat. Sedan flera år har antalet certifierade produkter legat runt ca 6 000.

KRAV står för bra miljö och klimat, god djursorg och god hälsa. De strikta regler som gäller för att varumärket KRAV ska få användas för en vara eller en tjänst medför att varumärket KRAV förknippas med hög kvalitet.

Kännetecknet KRAV finns på en mängd livsmedel, bl.a. på förpackningarna till sådana livsmedel som de flesta konsumenter använder i stort sett varje dag, såsom mjölk och ägg, flingor och bröd samt grönsaker och syns på produkter i de flesta matvarubutiker i Sverige. Märket används också av restauranger och fler och fler kommuner väljer att i sin verksamhet använda livsmedel som är märkta med varumärket KRAV, dvs. uppfyller de kriterier som uppställs av KRAV ekonomisk förening för att varumärket KRAV ska få användas.

Av undersökningar gjorda under år 2010 och 2011 framgår att kännetecknet om KRAV de aktuella åren uppgår till mellan 97 och 99 procent.

Av en kännedomundersökning utförd av SIFO i maj 2013 framgår att så många som 23 procent spontant tänker på KRAV-märkt när KRAV nämns. Hela 45 procent tänker spontant på något som kan kopplas till KRAV ekonomisk förening. När KRAV kopplas till livsmedel är det så många som 66 procent som har uppfattningen att KRAV är kopplat till livsmedel från endast en viss näringsidkare eller från företag som har tillstånd från denne näringsidkare att använda KRAV. Resultatet av undersökningen visar att KRAV är ett inarbetat varumärke som är väl känt och som därmed är berättigat till ett utökat skydd.

KRAV är även väl känt bland dem som bedriver dagligvaruhandel. Produkter märkta med KRAV köps in och säljs vidare i stora mängder av bl.a. de stora dagligvaruhandlarna Axfood, ICA och COOP. De nu nämnda dagligvaruhandlarna representerar över 85 procent av dagligvaruhandeln i Sverige.

En anledning till att kännedom om kännetecknet ökar för varje år och att fler och fler önskar få sina produkter eller sin verksamhet certifierad är att KRAV ekonomisk förening är mycket aktiv när det gäller marknadsföring och utbildning.

Marknadsundersökningen från maj månad år 2013 visar att så många som 87 procent av dem som anser att KRAV står för något särskilt anser att KRAV förknippas med något positivt.

Föreningens varumärken och övriga kännetecken omnämns också ofta i pressen och på de sociala medierna vilket bidrar till att stärka varumärket. I de sammanhang varumärket nämns anges i stort sett alltid att produkter som är märkta med varumärket KRAV har en hög kvalitet. Att märket kopplas till hög kvalitet gäller även när märket används för tjänster.

KRAV ekonomisk förening har en mycket informativ hemsida som tillhandahåller information och utbildning såväl till näringslivet som till konsumenter. Besöken på hemsidan varierar mellan 40 000 och 60 000 besök per månad.

Föreningen ger också sedan år 1999 ut en tidning. Fram till år 2004 gavs tidningen ut under namnet KRAV-märkt och därefter under namnet KRAV-aktuellt.

Kännetecknet KRAV har gjorts så känt att det tagits med i Nationalencyklopedin.

Att ett företag som inte har något samband med KRAV ekonomisk förening använder ett med kännetecknet KRAV liknande varumärke för sina varor innebär bl.a. att märket väcker ett intresse vilket medför en positiv marknadsföringseffekt för företaget vilken kan härledas till KRAV ekonomisk förenings kännetecken. Användningen av varumärket KRAV-BIODLARNA BÄST PÅ HONUNG! i figur drar därmed otillbörlig fördel av KRAV ekonomisk förenings känneteckens särskiljningsförmåga och anseende samt är skadlig och till förfång, för dess särskiljningsförmåga och renommé. Kännetecknen riskerar urvattning och att inte längre ge en omedelbar association till varor och tjänster med hög kvalitet. Konsumenter och näringsidkare som av misstag, på grund av likheten mellan märket KRAVBIODLARNA BÄST PÅ HONUNG! i figur och KRAV ekonomisk förening kännetecknen, köper honung av innehavaren till märket KRAVBIODLARNA BÄST PÅ HONUNG! i figur och inte, som de tror, av ett företag med ekonomiska band till KRAV ekonomisk förening, blir besvikna när varorna inte uppfyller de önskade kriterierna eller håller den kvalitet som konsumenterna/näringsidkarna förknippar med KRAV.

De registrerade varumärken KRAV i figur och det inarbetade ordmärket KRAV

KRAV ekonomisk förenings användning av kännetecknet KRAV, såväl med som utan figur, har även gjort ordmärket KRAV känt i sådan utsträckning att det är ett för KRAV ekonomisk förening starkt inarbetat kännetecken för framförallt livsmedel.

PRV har i sin bedömning av märkeslikheten mellan de motstående märkena beaktat även texten i märket utöver ordet KRAV i varumärket KRAV i figur (nr 020433), och också, såsom motiveringen får förstås, lagt stor vikt vid den övriga texten i varumärket. Märkesdelen KRAV är emellertid det enda ord som ska beaktas vid bedömningen eftersom övrig text i märket saknar särskiljningsförmåga, eller i vart fall har en mycket svag sådan.

Vid bedömningen av märkeslikheten ska särskilt beaktas att det är den inledande delen av ett märke som främst fångar konsumentens uppmärksamhet. Märkesdelen KRAV är den klart dominerande och särskiljande delen i de äldre figurmärkena och eftersom den delen är identisk med den inledande delen av det yngre registrerade varumärket föreligger en klar visuell och fonetisk likhet.

Märkesdelen KRAV får inte en ny mening i sammansättningen KRAV-BIODLARNA BÄST PÅ HONUNG! i figur utan behåller sin kännetecknande ställning, även med beaktande av helhetsintrycket hos det yngre märket (se EU-domstolens avgörande i C-120/04 Medion).

Vidare kan märkesordet KRAV i förhållande till honung eller livsmedel i övrigt inte uppfattas som ett påstående om att varorna besitter vissa egenskaper, varken beträffande sättet för deras framställning eller beträffande produkterna i sig. Ordet KRAV är inte beskaffenhetsangivande, dvs. KRAV i sig är inte en egenskap hos de aktuella varorna. För att personer i omsättningskretsen ska uppfatta märket KRAV som angivande av en egenskap krävs att personen tänker i ytterligare steg, dvs. att ordet KRAV innebär att varan uppfyller någon form av regler och att den därigenom erhåller en egenskap, t.ex. hög kvalitet. Vilken egenskap

det i så fall skulle vara fråga om anger inte märket. Märkesdelen KRAV är således inte beskrivande utan suggestiv och har därmed ursprunglig särskiljningsförmåga.

Att märkesdelen KRAV har ursprunglig särskiljningsförmåga framgår också av att märket sedan tidigare är registrerat tillsammans med en figur varvid samtliga textelement utom ordet KRAV undantagits från skydd genom en disclaimer (registrering nr 0338153). Därefter har märket registrerats i ett nytt utförande (registrering nr 0410467). Också i det fallet utan någon disclaimer för märkesdelen KRAV.

Eftersom det utöver märkeslikhet även föreligger identitet avseende varuslag finns inte någon tvekan om att KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur vid en helhetsbedömning, i vilken särskilt den höga märkeslikheten, den förstärkta särskiljningsförmågan samt identiteten mellan de aktuella varorna har beaktats, är förväxlingsbart med de av KRAV ekonomisk förening åberopade äldre märkena. Särskilt i den meningen att konsumenterna kan tro att varorna kommer från företag med ekonomiska band.

Firman KRAV ekonomisk förening och näringskännetecknet KRAV

Under firman KRAV ekonomisk förening bedrivs i enlighet med bolagsordningens verksamhetsbeskrivning bl.a. verksamhet i form av kontroll och märkning av ekologiska produkter. Den nu nämnda verksamheten omfattar bl.a. honung varför det föreligger likhet mellan den verksamhet som ska bedrivas under firman och den vara, honung, som varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur är registrerat för.

Mellan det registrerade varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur och firman KRAV ekonomisk förening föreligger klar märkeslikhet av samma skäl som har angetts vid jämförelsen med de äldre registrerade varumärkena.

Eftersom det utöver märkeslikhet även föreligger identitet eller en hög grad av likhet mellan varan honung och den verksamhet som ska bedrivas under näringskännetecknet finns inte någon tvekan om att det

yngre registrerade märket vid en helhetsbedömning är förväxlingsbart med näringskännetecknet. Särskilt i den meningen att konsumenterna kan tro att varorna kommer från företag med ekonomiska band.

KRAV i firman KRAV ekonomisk förening är ett för KRAV ekonomisk förening inarbetat näringskännetecken för livsmedel. Den som innehar ett näringskännetecken har ensamrätt till kännetecknet även som varukännetecken.

Näringskännetecknet KRAV har sedan firman KRAV ekonomisk förening registrerades använts i hög utsträckning för tjänster som avser och/eller relaterar till livsmedel samt för varor. Kännetecknet har använts i så hög utsträckning att det blivit känt i en betydande del av omsättningskretsen. Användningen av varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur drar därmed otillbörlig fördel av och är till skada för näringskännetecknens särskiljningsförmåga och anseende i enlighet med vad som anförts ovan.

Ond tro

Varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur är förväxlingsbart med de åberopade varumärkena och näringskännetecknen bestående av respektive innehållande ordet KRAV. Dessa kännetecken användes av KRAV ekonomisk förening vid tidpunkten för ansökan om registrering av varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur.

Innehavaren av det yngre varumärket kände till användningen av de äldre kännetecknen vid tidpunkten för ansökan. Denne var under perioden 21 mars – 31 maj 2011 certifierad enligt KRAV ekonomisk förenings regler avseende biodling och företaget hade därmed under den perioden en licens att använda KRAV ekonomisk förenings varumärke. Av de villkor som gällde bl.a. under år 2011 framgår att licensavgiften bl.a. avsåg rätten att använda KRAVs varumärke. Av regelverket för år 2012 framgår samma bestämmelse. Av nämnda regelverk framgår också att licenstagaren efter det att avtalet upphör att gälla inte längre har rätt att använda KRAVs varumärken. I samband med att licensavtalet upphörde att gälla lämnades ansökan om registrering av varumärket KRAV-

BIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur in till PRV. Syftet med registreringen måste anses vara att ge konsumenter och övriga i omsättningskretsen uppfattningen att de produkter som marknadsförs och säljs under varumärket uppfyller de regler som uppställs för KRAV ekonomisk förenings varumärken. Detta måste anses utgöra ond tro. De ovan angivna kännetecknen används idag av KRAV ekonomisk förening för bl.a. livsmedel.

Vid beaktande av samtliga relevanta omständigheter är det klarlagt att innehavaren av varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur var i ond tro vid ansökan om registrering av varumärket.

KRAV ekonomisk förening har åberopat skriftlig bevisning.

DOMSKÄL

KRAV ekonomisk förening har, såsom Patentbesvärsrätten uppfattar det, anfört att kännetecknet KRAV med avseende på livsmedel m.m. genom användning har blivit känt inom en betydande del av omsättningskretsen eller i vart fall har förvärvat förstärkt känneteckenskraft.

Utöver den bevisning som KRAV ekonomisk förening åberopat i PRV har bl.a. en marknadsundersökning utförd av TNS Sifo den 3 juni 2013 getts in till Patentbesvärsrätten.

Syftet med undersökningen har varit att ta reda på kännedomen och uppfattningen om kännetecknet KRAV. Undersökningen har genomförts med ett slumpmässigt urval av den vuxna befolkningen över 15 år.

Patentbesvärsrätten anser att undersökningen grundas på ett relevant urval av respondenter. Vidare är de frågor som har ställts till respondenterna utformade på ett sådant sätt att deras svar kan läggas till grund för bedömningen av kännedomen om kännetecknet.

På den inledande öppna frågan "Vad kommer du att tänka på när jag säger Krav?" har 23 procent svarat "kravmärkt", fem procent "ekologiskt", en procent "märkning", fem procent "miljövänligt" och elva procent "livs-

medel”. 34 procent har svarat ”mänskliga krav”. Av de tillfrågade förknippar således sammanlagt 44 procent beteckningen med livsmedel i vid bemärkelse.

På den efterföljande frågan instämde 66 procent i svarsalternativet att ”Krav” är kopplat till livsmedel från endast en viss näringsidkare, eller från företag som har tillstånd från denna näringsidkare att använda ”Krav” medan 24 procent svarade att ”Krav” får användas fritt för livsmedel av vilket företag som helst. En majoritet av de tillfrågade anser således att beteckningen ”Krav” är förbehållet en viss näringsidkare. Vidare ansåg 68 procent av de tillfrågade att ett livsmedel märkt med ”Krav” på något sätt särskiljer sig från övriga produkter medan 26 procent menade att det kunde vara vilken produkt som helst.

Patentbesvärshöjningen anser att den genomförda undersökningen ger stöd för att en tillräckligt stor del av omsättningskretsen kommit att uppfatta beteckningen KRAV som ett kännetecken med anknytning till livsmedel för att det ska anses ha förvärvat förstärkt känneteckenskraft.

Såväl varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur som det motanförlade varumärket KRAV i visst utförande (nr 410467), som får anses vara det varumärke som kommer varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur närmast, omfattar varuslaget honung i klass 30.

Det yngre märket består av den, genom sitt typnitt och sin placering i märket, framträdande delen KRAVBIODLARNÄ, omdömet BÄST PÅ HONUNG!, avbildade honungskakor samt en ram runt märkesdelarna. För varan honung, som märket är registrerat för, besitter samtliga dessa delar en låg grad av särskiljningsförmåga. Det är dock troligt att varor sålda under märket kommer att efterfrågas under den i märket dominerande benämningen KRAVBIODLARNÄ som inleds med beteckningen krav som också utgör den framträdande delen i det äldre kännetecknet KRAV i figur. Eftersom KRAV utgör det dominerande momentet i de motstående kännetecknen finns vid en jämförelse av det helhetsintryck som dessa ger en visuell, fonetisk, och begreppsmässig likhet.

Sammanfattningsvis föreligger det identitet mellan de varor som de motstående varumärkena omfattar och märkeslikhet mellan de motstående varumärkena. Härutöver har det äldre märket KRAV förvärvat förstärkt känneteckenskraft genom användning. Vid en helhetsbedömning finner Patentbesvärslagen att det föreligger risk för förväxling mellan det yngre varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur och det äldre varumärket KRAV i figur. Överklagandet ska därför bifallas och registreringen av varumärket KRAVBIODLARNÄ BÄST PÅ HONUNG! i figur hävas.

Vid denna utgång prövar inte Patentbesvärslagen om hinder mot registreringen även föreligger på andra grunder eller om det yngre varumärket är förväxlingsbart med övriga motanförda kännetecken.

ANVISNING FÖR ÖVERKLAGANDE, se bilaga 2 (Formulär B)

I avgörandet har deltagit patenträttsråden Peter Strömberg, ordförande, och Jeanette Bäckvall, referent, samt adjungerade ledamoten Felisa Krzyzanski. Enhälligt.