



PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 20 december 2013

PARTER

Klagande

Pour Bon Event AB, 556661-6016

Box 5103, 402 23 Göteborg

Ombud: Mats Svanberg,

Cegumark Aktiebolag, Box 53047, 400 14 Göteborg

Motpart

Koupia AB, 556773-7118

Arkivgatan 4, 411 34 Göteborg

Ombud: Claes Lood,

Advokatfirman Fylgia, Box 55555, 102 04 Stockholm

SAKEN

Upphävande av varumärkesregistreringen BON

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 22 april 2013

angående varumärkesregistrering nr 417.571, se bilaga 1

DOMSLUT

Patentbesvärsrätten upphäver PRV:s beslut och häver registreringen av varumärket BON (nr 417 571).

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.

Pour Bon Event AB har vidhållit sitt yrkande att varumärkesregistreringen BON ska upphävas.

Koupia AB har bestritt ändring.

Pour Bon Event AB har som grund för sin talan i första hand anfört att BON inte är registrerbart då det saknar särskiljningsförmåga och i andra hand att varumärket är förväxlingsbart med Pour Bon Event AB:s två motanförda varumärken POURBON (nr 375643) och POUR BON i figur samt firman Pour Bon AB (nr 556670-1255).

Koupia AB har som grund för sitt bestridande i första hand anfört att BON besitter för registrering erforderlig särskiljningsförmåga och i andra hand att BON inte är förväxlingsbart med de motanförda kännetecknen.

Pour Bon Event AB har till utveckling av sin talan anfört i huvudsak följande.

PRV:s uppfattning är att det franska ordet "bon" motsvarar det svenska ordet "bra". Trots att det svenska ordet "bra" i tidigare avgöranden har bedömts vara ett värdeomdöme så registrerades BON som ordmärke. I övriga västvärlden anses endast sammansättningar vara registrerbara, som exempelvis BON JOUR, BON TOUR eller BON FIN. Ordet BON är klart deskriptivt också i Sverige och den stora mängden sammansatta märken som finns registrerade är en tydlig indikation på att BON ensamt inte kan tjäna som särskiljande varumärke.

POUR BON kan översättas med "för Bon". Samtliga motstående kännetecken består helt eller delvis av märkesdelen BON. I samtliga av Pour Bon Event AB:s kännetecken har komponenten BON en framträdande position och utgör visuellt, fonetiskt och associationsmässigt en dominant som man inte kan bortse ifrån. Detta är särskilt påtagligt i figurmärket där BON står helt särställt och har ett större och tjockare typsnitt än POUR.

Det föreligger risk för att konsumenterna uppfattar att restaurangtjänsterna tillhandahålls av Pour Bon Event AB och att produkterna och restaurangverksamheten därmed har samma kommersiella ursprung.

Koupia AB har till utveckling av sin talan anfört i huvudsak följande.

Ordet ”bon” saknar helt innebörd på det svenska språket. Regeringsrätten har i RÅ 1997 not. 17 slagit fast att ”endast en obetydlig del av den avsedda kundkretsen i Sverige har sådana kunskaper i det franska språket” att ett franskt ords eventuella deskriptiva karaktär får någon betydelse för registreringen av ett svenskt ordmärke. Skäl saknas för att bedömningen skulle bli annorlunda i detta fall.

Ordet ”bon” är varken stavnings- eller uttalsmässigt likt det svenska ordet ”bra”. Den rättspraxis som finns rörande registreringar av engelska alternativt franska ord som är stavnings- eller uttalsmässigt lika det svenska ordet saknar därmed all rättslig relevans för prövningen i detta mål. Bedömningen ska utgå från varumärkets registrerade form, dvs. BON. Att ordet BON förekommer mer sällan i vissa sökningar över äldre varumärken kan inte tas som intäkt för att det föreligger registreringshinder, tvärtom visar det att namnet är originellt och säreget för restaurangverksamhet.

Inget av de motanförda kännetecknen är registrerade i klass 43. Någon varuslagslikhet föreligger därmed inte i denna del.

Det föreligger inte någon identitet mellan BON och något av de motanförda kännetecknen. Endast den omständighet att ett yngre varumärke till viss del innehåller ett ord som även ingår i ett äldre märke är inte tillräckligt för att det ska anses föreligga förväxlingsbarhet. Detta visar inte minst det faktum att det finns 400 andra registreringar innehållande BON-sammansatta ord. En omständighet som ytterligare befäster att det inte föreligger någon förväxlingsrisk är att de motanförda märkenas prefix är helt olika. Efterledet har mindre betydelse vid bedömningen av märkeslikheten. Tilläggen i de motanförda kännetecknen utgör en betydande visuell skillnad i förhållande till ordmärket BON. Även fonetiskt innebär BON en stor skillnad då ljudbilden för POURBON är den dubbla av BON. Pour Bon Event AB:s figurativa märkes figurativa inslag är

framträdande och saknar motsvarighet i ordmärket BON. I figurvarumärket är POUR BON angivet i fet stil, vilket inte förtar det faktum att bokstäverna uppfattas som en integrerad del i märket. Figurmärket ger ett annat helhetsintryck än BON.

Användningen av bokstavskombinationen BON kan inte ge allmänheten anledning att tro att varorna eller tjänsterna härrör från samma företag.

DOMSKÄL

Ordet ”bon”, som är ett mycket vanligt ord i det franska språket, kan såsom PRV anfört översättas till god eller bra, vilket måste anses vara känt bland svenska språkanvändare. Märkesordet BON utgör därmed ett positivt värdeomdöme med avseende på restaurangtjänster i klass 43 som varumärkesregistreringen avser. BON saknar därför särskiljningsförmåga med avseende på dessa tjänster (jfr PBR 08-292). Vid denna bedömning ska överklagandet bifallas och varumärkesregistreringen BON upphävas.

ANVISNING FÖR ÖVERKLAGANDE, se bilaga 2 (Formulär B)

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