



PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 21 oktober 2014

PARTER

Klagande

AEJF

Ombud: Daniel Nyqvist

Awapatent Aktiebolag, Box 1066, 251 10 Helsingborg

Motpart

New Wave Group AB

Orrekulla Industrigata 61

Ombud: Fredrik Persson

Advokatfirman Nordia Göteborg KB

Kungsportsavenyen 31-35, 411 36 Göteborg

SAKEN

Upphävande av varumärkesregistreringen CRAFT

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 13 juni 2013

angående varumärkesregistrering nr 413.637, 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

AEJF har yrkat att PRV:s beslut ska upphävas och registreringen av varumärket CRAFT (nr 413637) (det yngre varumärket) ska bestå.

New Wave Group AB har bestritt ändring.

GRUNDER

Som grund för talan har AEJF anfört följande.

Det yngre varumärket CRAFT är inte förväxlingsbart med något av de av New Wave Group motanförla varumärkena bestående av eller innehållande märkesordet CRAFT (de äldre varumärkena).

New Wave Groups motanförla varumärke CRAFT är inte känt i den mening som krävs enligt 2 kap. 8 § första stycket 3 varumärkeslagen. Användningen av det yngre varumärket drar inte otillbörlig fördel av eller utan skälig anledning är till skada för det äldre varumärkets särskiljningsförlåga eller anseende.

Som grund för talan har New Wave Group anfört följande.

Det yngre varumärket är förväxlingsbart med de äldre varumärkena.

Det äldre kännetecknet CRAFT är väl ansett för sportkläder. Det yngre varumärket drar otillbörlig fördel av – samt är till förlång för – det äldre kännetecknets särskiljningsförlåga och renommé.

UTVECKLING AV TALAN

AEJF har anfört i huvudsak följande i Patentbesvärsrätten.

Motorcykelhjärlmar (och skyddskläder för motorsport) är speciella varor som används för att skydda huvudet (eller kroppen) vid motorcykelåkning. De säljs i speciella affärer till medvetna konsumenter, nämligen motorcykelåkare. Hjälmar säljs inte i konkurrens varken med sportkläder eller andra kläder. OHIM:s Opposition Division har i ett antal avgöranden

uttalat att motorcykelhjälmarna och sportkläder inte är lika varandra (invändningarna nr B 294 555 SCOTT USA, B 687 253 BUFFALO, B 774 713 GRAFF & TAG och B 1 080 714 DOC R). Produkterna är inte lika varandra varken avseende material, utseende eller vad avser hur eller varför de används. De säljs via olika distributionskanaler och hjälmarna och skyddskläder tillverkas enbart av tillverkare med speciell kompetens. Tillverkningen av motorcykelhjälmarna är reglerad av detaljerade säkerhetskrav, som kräver speciella material och produktionsmetoder. Att motorcykelhjälmarna och sportkläder kan användas samtidigt, exempelvis vid motorcykelåkning, är inte tillräckligt för att de ska vara lika varandra i varumärkesrättslig mening, konsumenterna förstår varornas olika ändamål, produktionsmetoder och användning. Att motorcykelhjälmarna och sportkläder i vissa fall kan återfinnas på samma webbshoppar på nätet är inte heller tillräckligt för att de ska anses lika i varumärkesrättslig mening.

De av New Wave Group åberopade avgörandena från OHIM är inte relevanta i förevarande mål.

Sammanfattningsvis finns det inte risk för förväxling mellan det yngre varumärket och de äldre.

Det bestrids att New Wave Groups kännetecken förvärvat förstärkt känneteckenskraft eller är att anse som känt vare sig vid ansökningstillfället eller senare. Relevant tidpunkt för bedömningen om ett varumärke är känt inom en betydande del av omsättningskretsen eller har förstärkt känneteckenskraft är ansökningsdatumet för den registrering som det invänds mot. Den under år 2013 utförda marknadsundersökningen kan inte tillmätas någon betydelse utöver att visa det utökade skyddsomfång som AEJF bestrider fanns vid ansökningstillfället i september 2010 kvarstår. Den styrker således inte något alls. Undersökningen utförd år 2010 kan på samma grund inte tillmätas någon betydelse eftersom den utfördes efter det att AEJF:s ansökan lämnades in.

Att drygt 40 procent av de tillfrågade i marknadsundersökningen från år 2010 sätter märket CRAFT i samband med olika typer av sport- och friluftskläder är inte tillräckligt. Att Patentbesvärslagen i ett tidigare av-

görande ansett New Wave Groups märken ”väl ansedda” kan inte heller anses tillräckligt för att styrka begreppet känt i lagens mening.

New Wave Group har inte visat att det finns verklig risk för att det yngre varumärket skulle dra fördel av det äldre kännetecknets särskiljningsförmåga eller renommé. Det finns inte risk för att den normala genomsnittskonsumenten av varor som säljs under det yngre varumärket, dvs. motorcykelförare och passagerare, kommer att tro att dessa varor härrör från New Wave Group. Som ovan nämnts är kraven på motorcykelhjälm högt ställda och konsumenterna är mycket medvetna om de olika aktörerna på marknaden varför det inte finns någon risk för att de skulle blanda ihop varumärkena.

New Wave Group har inte heller visat en förändring i det ekonomiska beteendet hos genomsnittskonsumenten av de varor för vilka New Wave Groups märke är registrerat som beror på användningen av det yngre varumärket, eller att det finns en risk för en sådan förändring i framtiden. Därmed är det inte visat att användningen av det yngre varumärket är eller skulle vara till förfång för New Wave Groups märkes särskiljningsförmåga.

New Wave Group har anfört i huvudsak följande i Patentbesvärsträtten.

Motorcykelhjälm och annan skyddsutrustning för motorsport säljs ofta tillsammans med sportkläder eller andra beklädnadsartiklar. Att motorcykelhjälm endast säljs genom speciella affärer till speciella och medvetna konsumenter är felaktigt. Båda parter produkter säljs genom samma eller liknande distributionskanaler. Beslut B 769 467 (SPORT ATTITUDE) från OHIM:s Opposition Division och beslut 2754C (STASH) från OHIM:s Cancellation Division är relevanta för bedömningen i förevarande mål.

I marknadsundersökningen utförd av Brand Eye under år 2010 nämner 67 procent av de tillfrågade sportkläder, underställ, friluftskläder, jacka, jackor, löparkläder eller liknande i samband med ordet CRAFT. Sammanlagt 45 procent av dessa uppgav redan på första frågan, dvs. vad de förknippade med ordet CRAFT, just olika typer av sportkläder. Dessa svar gavs spontant, utan någon typ av ledning. Brand Eye har nu utfört

ytterligare en undersökning under hösten 2013. Totalt 72 procent av de intervjuade nämnde sportkläder, underställ, friluftskläder, jacka, jackor, löparkläder eller liknande i samband med CRAFT. 55 procent av de intervjuade nämnde sportkläder etc. på första frågan, dvs. vad de spontant och utan ledning förknippade med CRAFT. 89 procent förväntade sig att CRAFT endast kan komma från ett och samma företag. De två marknadsundersökningarna visar tydligt att CRAFT är ett välkänt varumärke. Den senare undersökningen visar därtill att CRAFT har ett mycket gott renommé. Att en så hög andel av de tillfrågade förväntar sig att CRAFT endast kan komma från ett företag belyser den överhängande risken för att konsumenterna kan få uppfattningen att det finns ett samband mellan det yngre varumärket och det välkända äldre varumärket samt att användningen av det yngre varumärket därmed drar, eller riskerar att dra, otillbörlig fördel av eller är till förfång för det äldre varumärkets särskiljningsförmåga och renommé.

New Wave Group har gjort omfattande investeringar i varumärket CRAFT i form av marknadsföring under lång tid i syfte att skapa och upprätthålla märkets goda renommé.

New Wave Group har under år 2012 lagt ca 38 miljoner kronor på marknadsföringskostnader för bearbetning av den svenska marknaden (för år 2011 ca 30 miljoner kronor). I marknadsföringen ingår annonsering, trycksaker, sponsring, utställningar och mässor, butiksreklam, återförsäljarreklam, varuprover, reklam samt pr.

Den totala försäljningen av CRAFT-produkter i Sverige uppgick år 2013 till ca 149 miljoner kronor (för år 2012 ca 143 miljoner kronor och för år 2011 ca 165 miljoner kronor). CRAFT säljs i Sverige genom flera riktäckande butikskedjor, profilklädesföretag och ett stort antal fristående butiker.

Sammanfattningsvis är det äldre varumärket CRAFT både välkänt och väl ansett med ett mycket gott renommé. Detta medför att CRAFT åtnjuter ett utvidgat skydd.

Det yngre varumärket är identiskt med det äldre välkända CRAFT. Som nyss sagts har New Wave Group gjort omfattande investeringar i CRAFT i

form av marknadsföring under lång tid i syfte att skapa och upprätthålla varumärkets goda renommé. Det yngre varumärket ska inte kunna utnyttja de kommersiella ansträngningarna New Wave Group har gjort för att bygga och upprätthålla det äldre varumärkets image, attraktionsförmåga och prestige. Genom registreringen av det yngre varumärket drar AEJF otillbörlig fördel av det renommé som byggts upp varumärket CRAFT. Detta innebär att den s.k. investeringsfunktionen i varumärket skadas.

New Wave Group har visat att bl.a. motorcykelhjälm, skyddsutrustning och sportkläder säljs genom samma distributionskanaler. Vidare har det visats att 89 procent av de tillfrågade anser att CRAFT endast kan komma från ett och samma företag. Användningen av det yngre varumärket kommer att leda till att konsumenterna kommer att anta att motorcykelhjälm och annan skyddsutrustning härstammar från samma företag. Detta är till skada för varumärkets särskiljningsförmåga. New Wave Group riskerar vidare att förlora det inflytande och den kontroll som tillkommer en varumärkesinnehavare över sitt egna varumärke, vilket onekligen är till förfång för New Wave Group och det anseende som förknippas med CRAFT, särskilt om det yngre varumärket skulle förknippas med produkter av lägre kvalitet. Användningen av det yngre varumärket medför en upplösning av det äldre varumärkets identitet. AEJF användning av det yngre varumärket riskerar att skada ursprungsangivelsefunktionen av New Wave Groups varumärke.

BEVISNING

New Wave Group har åberopat skriftlig bevisning.

DOMSKÄL

Av de motanförla varumärkena får det nationella varumärket CRAFT (nr 230037) anses vara det som kommer det yngre varumärket CRAFT närmast. Prövningen av frågan om förväxling ska därför ske med utgångspunkt i detta märke.

Patentbesvärslagen delar PRV:s bedömning att marknadsundersökningen utförd av BrandEye år 2010 och övrigt där åberopat material visar att kännetecknet CRAFT vid tidpunkten för AEJF:s ansökan var känt inom en betydande del av omsättningskretsen som ett kännetecken för sportkläder. Marknadsundersökningen utförd av BrandEye år 2013 visar att detta förhållande kvarstår. Kännetecknet CRAFT ska därför tillerkännas utökat skyddsomfång vid förväxlingsbedömningen.

Som PRV har konstaterat är märkena identiska.

För att bedöma om det föreligger varuslagslikhet ska alla relevanta faktorer som avser förhållandet mellan varorna beaktas. Bland dessa faktorer ingår bl.a. varornas art, de tilltänka köparna, användningsområdet samt huruvida de konkurrerar med eller kompletterar varandra (se EU-domstolens dom i mål C-39/97 CANON p. 23). Ytterligare en omständighet att beakta är huruvida de aktuella varorna tillhandahålls på samma försäljningsställe (jfr Förstainstansrättens dom T-164/03 MONBEBÉ, p. 53). Denna omständighet är dock i sig inte tillräcklig för att konstatera varuslagslikhet (jfr Patentbesvärslagens avgörande i mål nr 07-178).

Det äldre varumärket är registrerat för sportkläder, nämligen sportstrumpor, fysiologiska sportunderkläder, byxor, jackor, anoraker, overaller och stickade tröjor, vantar, stickade mössor, halsdukar, shorts, linnen, T-shirts och tennisskjortor i klass 25. Det yngre varumärket omfattar motorcykelhjälm, hjälm för motorsport och skyddskläder för motorsport i klass 9.

Vid motorsport och motorcykelåkning används såväl skyddsutrustning i form av hjälm och skyddskläder som sportkläder av det slag som det äldre varumärket omfattar, särskilt fysiologiska sportunderkläder. Varorna i klass 9 som det yngre varumärket omfattar tillhandahålls främst på specialiserade försäljningsställen. Där säljs emellertid också sportkläder, bl.a. fysiologiska sportunderkläder. Dessa omständigheter medför ett sådant samband mellan varorna att, mot bakgrund av att märkena är identiska och att kännetecknet CRAFT är känt, konsumenterna kan få uppfattningen att varorna kommer från samma företag eller från företag med ekonomiska band.

Vid en helhetsbedömning finner alltså Patentbesvärslätten att det finns risk för förväxling mellan de motstående märkena. Överklagandet ska därför avslås.

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.