

INVÄNDARE

Champagne Lanson Père & Fils
Reims
Frankrike

Exp. Patent- och registreringsverket

2005-05-12

OMBUD

Zacco Sweden AB (publ)
Box 23101
104 35 Stockholm

INNEHAVARE

Oenoforos Aktiebolag
Kungsholms strand 135 B, 9 tr.
112 48 Stockholm

OMBUD

Albihns Stockholm AB
Box 5581
114 85 Stockholm

BESLUT

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår invändningen med ovanstående nummer med stöd av 21 § andra stycket varumärkeslagen (1960:644).

ÄRENDET

Invändningen avser varumärket 351 275 GOLD LARSON som registrerades den 21 december 2001 för vin, i klass 33.

Invändaren yrkar att registreringen skall hävas. Som grund för sin talan har invändaren anfört att innehavarens märke är förväxlingsbart med det för denne registrerade varumärket 158 463 LANSON avseende viner, likörer, spritdrycker, särskilt champagne, i klass 33. Till stöd för sin talan har invändaren anfört att det föreligger total varuslagslikhet och vidare att dominanten i innehavarens märke, LARSON, är klart förväxlingsbart med dennes återopade märke LANSON då endast en bokstav skiljer dem åt. Invändaren har gjort gällande att tillägget GOLD i innehavarens märke inte gör ifrågavarande märke mindre förväxlingsbart med det återopade märket, utan snarare anger att det är fråga om en viss klass av vin. Invändaren har härutöver poängterat att dennes märke LANSON är känt som en beteckning för högkvalitetsviner, alltmedan det vin som saluförs under märket GOLD LARSON är en betydligt enklare typ av vitt vin – vilket har samma färg som champagne – varför det framstår som ett klart fall av renomménlytning, med vilket får förstås att denne anser sitt märke vara att betrakta som ett väl ansett kännetecken.

Innehavaren av varumärket har bestritt grunderna för invändningen. Till stöd härför har innehavaren anfört att dennes märke i sin helhet inte är förväxlingsbart med det av invändaren åberopade märket då någon märkeslikhet de motstående märkena emellan inte föreligger. Innehavaren har härvid anfört att dennes märke till del består av ordet LARSON, ett i Sverige ytterst vanligt efternamn, vilket inte på något sätt kan associeras till LANSON. Härutöver har innehavaren anfört att dennes märke inleds med ordet GOLD vilket innebär att skillnaden mellan de två märkena blir än större.

Invändaren har gått i genmäle och har därvid anfört att ordet GOLD i innehavarens märke har en mycket låg grad av särskiljningsförmåga, varför det är den med dennes märke LANSON klart förväxlingsbara märkesdelen LARSON som skall betraktas som dominant i innehavarens märke. Vad beträffar innehavarens påstående om att det i dennes märke ingående ordet LARSON är ett ytterst vanligt efternamn i Sverige har invändaren förklarat sig inte hålla med, då det åsyftade efternamnet stavas LARSSON, det vill säga med två s.

SKÄL

Ett varumärke får enligt 14 § första stycket sjätte punkten varumärkeslagen inte registreras om det är förväxlingsbart med, såvitt nu är av intresse, någon annans varumärke som är registrerat efter tidigare ansökan. Enligt huvudregeln i 6 § första stycket samma lag skall kännetecknen anses förväxlingsbara endast om de avser varor av samma eller liknande slag.

Frågan huruvida det föreligger risk för förväxling mellan två kännetecknen skall avgöras efter en helhetsbedömning i vilken alla omständigheter av betydelse i det enskilda fallet skall beaktas. Bedömningen av förväxlingsbarheten mellan kännetecknen skall göras med tillämpning av den s.k. produktregeln. Av denna följer att kravet på märkeslikhet blir mindre om de varor/tjänster som kännetecknen används för är i stort sett desamma och – omvänt – att det inte ställs så stora krav på varuslagslikheten om kännetecknen är identiska, för att förväxlingsbarhet skall anses vara för handen.

Avgörande vid besvarandet av frågan om förväxlingsbarhet föreligger blir, i de fall varuslagslikhet kan konstateras, i vilken mån kännetecknen kan anses likna varandra. Bedömningen av denna fråga skall grundas på det helhetsintryck märkena förmedlar. Hänsyn skall även tas till huruvida ord och/eller figurer i de aktuella märkena eventuellt besitter ett gemensamt eller liknande begreppsmässigt innehåll. Vidare skall, vid en dylik förväxlingsbedömning, risken för att konsumenterna genom association uppfattar att det råder ett samband mellan kännetecknen beaktas.

Förväxlingsbarhet kan även åberopas till förmån för ett kännetecken som är väl ansett här i landet, om användningen av ett annat liknande kännetecken skulle dra otillbörlig fördel av eller skulle vara till förfång för det väl ansedda kännetecknets särskiljningsförmåga eller anseende, enligt 6 § andra stycket varumärkeslagen.

PRV gör följande bedömning.

Inledningsvis konstateras att det råder identitet vad gäller de varuslag som de två motstående märkena omfattar, av vilket följer att varuslagslikhet i varumärkeslagens mening är för handen.

Vad sedan gäller frågan om eventuell märkeslikhet kan följande anföras. Innehavarens varumärke består av texten GOLD LARSON, alltmedan det av invändaren åberopade märket består av texten LANSON. Det råder viss likhet mellan de motstående märkena då

innehavarens märke innehåller beståndsdelens LARSON, vilken med blott en bokstav skiljer sig från användarens märke LANSON. Vid en förväxlingsbedömning är det emellertid märkena i sina helheter som skall jämföras. Innehavarens märke innehåller utöver sagda beståndsdel även ordet GOLD vilket intar en tämligen framträdande position då det är ifrågasättande märkes första ord. Visserligen får sagda märkesdel besitta en något lägre grad av särskiljningsförmåga, men kan likafullt inte anses vara direkt beskrivande för de varor som registreringen omfattar. Det ligger dessutom närmare till hands att uttala den i innehavarens märke ingående märkesdelen LARSON med betoningen på den första stavelsen, till skillnad från vad som torde vara fallet med användarens märkesord. Vidare torde de båda varukännetecknen ge upphov till skilda associationer då innehavarens märke framstår som ett efternamn vilket inte kan sägas vara fallet med användarens märke. PRV finner att innehavarens märke skiljer sig åt såväl visuellt som fonetiskt och därutöver associationsmässigt från det av användaren åberopade varumärket i tillräcklig mån för att inte anses som förväxlingsbart med detta.

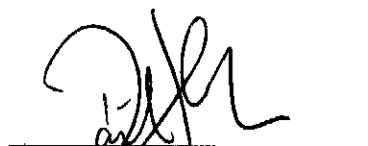
Mot bakgrund av det ovan sagda finner PRV, vid en helhetsbedömning, att någon förväxlingsrisk mellan innehavarens varumärke och det av användaren åberopade varumärket enligt huvudregeln i varumärkeslagens 6 § första stycke inte är för handen.

PRV gör vidare den bedömningen att 6 § andra stycket varumärkeslagen inte är tillämplig då användaren inte på något sätt i ärendet styrkt att dennes märke skall omfattas av ett utökat skydd enligt nämnda lagrum.

Hinder mot registreringen föreligger därför inte enligt 6 § varumärkeslagen jämförd med 14 § första stycket sjätte punkten samma lag. Registreringen skall därför bestå.

Beslutat 12 MAJ 2005


Bengt Staffas


David Holm

HUR BESLUTET ÖVERKLAGAS

Den som vill överklaga beslutet skall göra det skriftligt. Skrivelsen skall vara ställd till Patentbesvärsrätten, men sändas till Patent- och registreringsverket, Box 530, 826 27 Söderhamn. I skrivelsen skall anges det beslut som överklagas och den ändring i beslutet som begärs. Skrivelsen skall ha kommit in till verket inom två månader från beslutsdagen.