

Invändningsärende nr 2004/0112/0001

Registrering nr 367023

Exp. Patent- och registreringsverket

2006-08-17


INVÄNDARE

Zero Interiör AB
Box 800
382 28 Nybro

OMBUD

Ehrner & Delmar Patentbyrå AB
Box 10316
100 55 Stockholm

INNEHAVARE


Grev Turegatan 46
114 38 Stockholm

BESLUT

Patent- och registreringsverket (PRV) upphäver varumärkesregistreringen nr 367023 med stöd av 21 § första stycket varumärkeslagen (1960:644).

ÄRENDET

Invändningen avser varumärkesregistreringen ZERO, reg nr 367023, avseende trycktyper, i klass 16.

Invändaren yrkar att registreringen hävs och har som grund för invändningen anfört förväxlingsbarhet med dennes sedan tidigare registrerade varumärke ZERO, nr 340037, avseende apparater för belysning, i klass 11, kontorsförnödenheter (dock ej möbler), i klass 16, och för samtliga varor vilka är hänförliga till klass 20. Invändaren konstaterar vidare att märkena är identiska och har vad det gäller varuslagslikheten bl a anfört följande. Med hänvisning till den sk produktregeln är vi något förvånade över att Patentverket överhuvudtaget godkänt registrering 367023. Normalt krävs en uppenbar varuslagsåtskillnad vad avser identiska märken i samma klass och många av de snävare klasserna, t ex klass 25, torde Patentverket normalt inte överhuvudtaget acceptera identiska registreringar då förväxlingsrisken är alltför stor. I klasser innehållande mer disparata varuslag såsom till exempel klass 9, torde dock två identiska märken kunna existera sida vid sida utan risk för förväxling. Klass 16 är dock en väsentligt mer homogen varuklass, varför det av denna orsak rimligtvis torde föreligga en presumtion för förväxlingsbarhet. Det kan i detta sammanhang framhållas att endast sju svenska registreringar existerar bestående av enbart ordet ZERO och i inget fall återfinns registreringar täckande samma klass med olika innehavare. Särskiljningsförmågan och det därmed sammanhängande skyddsomfånget för ZERO är således stort.

Termen "kontorsförmödenheter" är tämligen vitt hållen och innefattar ett stort antal produkter. "Trycktyper" torde förvisso inte utgöra en traditionell kontorsförmödenhet, men helt klart är att, i varje fall sett i ljuset av ovannämnd produktregel, åtskillnaden mellan trycktyper samt kontorsförmödenheter rimligen måste anses vara för liten för att märkena skall kunna tillåtas existera sida vid sida utan förväxlingsrisk.

Innehavaren av varumärket har å sin sida bestridit grunden för invändningen och har i huvudsak anfört att varuslagslikhet inte råder då registreringen inte avser varugrupp 16 i allmänhet utan endast trycktyper och ingenting annat.

SKÄL

Av 14 § första stycket 6 punkten varumärkeslagen framgår att ett varumärke inte får registreras om märket är förväxlingsbart med någon annans varumärke som är registrerat efter en tidigare ansökan eller med någon annans varukännetecken som är inarbetat då ansökan om registrering görs.

Enligt 6 § första stycket varumärkeslagen anses kännetecken som huvudregel vara förväxlingsbara endast om de avser varor/tjänster av samma eller liknande slag. Frågan huruvida det föreligger risk för förväxling mellan två varumärken skall emellertid avgöras efter en helhetsbedömning i vilken alla omständigheter i det enskilda fallet skall beaktas. Bedömningen av märkes- och varuslagslikheten skall ske med tillämpning av den s k produktregeln. Det innebär 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 märkena är identiska, för att förväxlingsbarhet skall vara föreliggande. Vad det gäller de olika produkternas respektive klasstillhörighet bör nämnas att detta inte har någon självständig betydelse vid förväxlingsbedömningen, utan utgångspunkt för bedömningen av varuslagslikheten utgörs av produkterna i sig, vilka samband dessa har med varandra i olika avseenden och huruvida omsättningskretsen därigenom har anledning att tro att dessa typiskt sett tillhandahålls av samma näringsidkare.


Det skall även fästas avseende vid graden av ursprunglig särskiljningsförmåga hos de respektive märkena, varvid en större grad av i sig särskiljande egenskaper hos ettärke skall utgöra en faktor som ökar förväxlingsrisken mellan märkena, i det fall samma eller liknande särskiljande egenskaper även återfinns hos det andra kännetecknet.

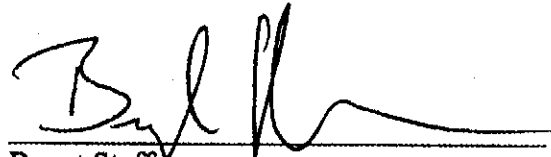
PRV gör följande bedömning.

I förevarande ärende föreligger två identiska märken vilka båda besitter full särskiljningsförmåga för de varor vilka omfattas av de respektive registreringarna. Av detta följer att utgångspunkten vid förväxlingsbedömningen blir att endast en förhållandevis låg grad av varuslagslikhet räcker för att märkena ändock skall kunna finnas vara förväxlingsbara. Varuslaget "trycktyper" får – som invändaren också antytt – bedömas utgöra något som endast perifert kan sägas ingå i det mer allmänt hållna samlingsbegreppet "kontorsförmödenheter". Det råder emellertid ett klart uppfattbart samband mellan trycktyper och exempelvis varuslaget skrivmaskiner, vilket omfattas av varuuppgiften kontorsförmödenheter och varuslagslikhet föreligger därmed i varumärkesrättslig mening.

Vid en samlad bedömning – varvid beaktats att märkena är identiska och därtill även besitter fullt särskiljande egenskaper för de ifrågavarande produkterna – måste därför innehavarens märke sägas vara förväxlingsbart med invändarens dito. Följaktligen utgör grunden för invändningen hinder för att låta registreringen bestå. Registreringen skall därför upphävas.

Beslutat 17 AUG 2006


Karolina Hedberg


Bengt Staffas

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.