

**AVSLAG AV INVÄNDNING**

Invändningsärende nr 2005/0006/0001

Registrering nr 369154

**INVÄNDARE**

Alecta pensionsförsäkring, ömsesidigt  
Regeringsgatan 107  
103 73 Stockholm

Exp. Patent- och registreringsverket

**OMBUD**

Essen International Aktiebolag  
Kungsgatan 37  
111 56 Stockholm

2006 -09- 25

**INNEHAVARE**

A6 Café & Restaurang AB  
Box 600 A6 Center  
551 18 Jönköping

**OMBUD**

Gärde Wesslau Advokatbyrå  
Box 684  
551 19 Jönköping

**BESLUT**

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår invändningen med ovanstående nummer med stöd av 21 § 2 st varumärkeslagen (1960:644), nedan VmL.

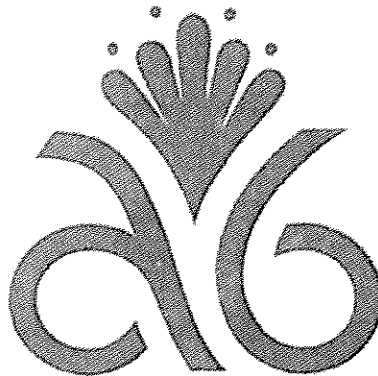
**ÄRENDET**

Invändningen avser varumärket A6 CAFÉ OCH RESTAURANG, med registreringsnummer 369154, i figur återgivet nedan, vilket avser utskänkning av mat och dryck i klass 43.

**CAFÉ OCH  
RESTAURANG**

Innehavarens märke utföres i färgerna svart och rött.

Invändaren har yrkat att innehavarens märke hävs i första hand på grund av att det är registrerat i ond tro, i andra hand på grund av att innehavarens märke innehåller en logotyp som kränker annans upphovsrätt och i tredje hand på grund av att det är förväxlingsbart med invändarens inarbetade och väl ansedda varumärke A6 och invändarens tidigare registrerade märke A6, med registreringsnummer 212081, i figur nedan återgivet, vilket avser bland annat bistånd vid skötsel av affärsverksamhet, inklusive kostnadsanalys, finansiella beräkningar, affärssekonomisk expertis och affärsförvaltning i klass 35, försäkringsverksamhet och finansiell verksamhet, även mäklari, förvaltning, uthyrning och utarrendering samt värdering av fast egendom, leasing av byggnader och byggnadskomplex i klass 36, byggnads-, installations-, underhålls- och reparationsverksamhet; även i samband med fastigheter och annan fast egendom; planering av byggnader och byggnadskomplex i klass 37 samt byggkonsulter, databehandling av bygghdata; arkitektverksamhet, även inrednings-; ritkontor, ingenjörstekniska utredningar och geologiska beräkningar, projektering av byggnader och byggnadskomplex i klass 42.



Invändarens registrerade märke.

Invändaren har utvecklat grunderna enligt följande. Invändaren är ägare till en affärsfastighet i Jönköping som marknadsförs under varumärket A6. I centret finns både restauranger och affärer. Den totala uthyrningsbara ytan är ca 26 500 kvm och hyresgästernas totala beräknade hyresomsättning för 2004 var ca 700 mkr. Hyresgästerna i centret marknadsför sig både under egna varumärken och gemensamt under samlingsnamnet A6. Invändaren har därför till köpmansföreningen och till hyresgästerna i centret upplåtit en licens att använda varumärket A6 i marknadsföringen av den verksamhet de bedriver i affärscentret. Tre av hyresgästerna har också rätt att använda varumärket A6 i sina firmanamn (A6 Bok & musik, A6 Zoo och A6 Parfym). Ingen av dessa har dock haft rätt att marknadsföra enbart sin egen verksamhet under invändarens figurmärke A6. Innehavaren har sedan 1997 drivit restaurangverksamhet under namnet Old Sam i invändarens lokaler. Invändaren och innehavaren kom 2003 överens om att innehavaren skulle få rätt att marknadsföra sin café- och restaurangverksamhet under varumärket A6. Parterna var därför överens om att hyreskontraktet skulle föras över från innehavarens gamla bolag, Old Sam Restaurang AB, till ett nytt dotterbolag, innehavaren. Det fördes också diskussioner om att invändaren skulle förse avgränsningsstaket runt restaurangen med A6 logotyp, vilket inte blev verklighet. Invändaren har däremot aldrig medgivit någon rätt för innehavaren att registrera varumärket eller använda figurmärket i till exempel marknadsföring. Invändaren har endast givit innehavaren, i egenskap av hyresgäst i A6 Centrum, en begränsad licens att använda invändarens inarbetade och registrerade varumärke A6.

Invändaren har i första hand hävdade att innehavaren varit i ond tro när innehavaren registrerade ifrågavarande märke och anfört följande. Invändarens registrerade märke har använts som ett samlingsmärke för hela affärscentret A6-centrum sedan centret byggdes. Som en del i den service som tillhandahålls i centrumet har det funnits serveringar långt innan innehavaren lämnade in sin ansökan om registrering av sitt märke. Dessa har haft egna namn men också varit en del av det samlade erbjudande som marknadsförts under invändarens märke A6. Invändarens märke har således använts även för varor och tjänster som måhända går utanför dem som invändarens märkesregistrering omfattar. Innehavaren har heller inte använt varumärket innan det togs i bruk av invändaren för marknadsföring av affärscentret inklusive de affärer och restauranger som finns där. Hans Hellström, företrädaren för innehavaren, har sedan 1997 genom olika bolag drivit servering i centret. Hellström sitter i styrelsen för Företagarföreningen A6 Center i Jönköping och kan knappast ha varit ovetande om att invändaren använt varumärket för hela centret, däribland serveringar, långt innan innehavaren sökte om varumärkesskydd. Det sökta märket är identiskt med invändarens märke och används för tjänster som av konsumenterna torde uppfattas ha ett samband och därmed får anses vara förväxlingsbara.

Vidare har invändaren anfört att innehavarens märke kränker invändarens upphovsrätt till A6 logotyp. Definitionen av vad som räknas som ett konstnärligt verk i upphovsrättslagens mening är idag ganska vid. Att logotyper kan anses som konstnärliga verk är vedertaget i doktrin och praxis. A6 logotyp är ett konstnärligt verk och skyddas därmed av upphovsrätt. Logotypen skapades 1987 av formgivaren Lars Laurenti, då anställd på Jonsson & Essen med SPP som uppdragsgivare, i syfte att användas som ett kännetecken på A6 Center. Uppdragsgivaren förvärvade då också upphovsrätten till logotypen. Skapandet av logotypen var ett led i uppbyggnaden av affärscentret A6. Namnet A6 och logotypen har använts som varumärke för affärscentret sedan 1988. Varumärket togs i bruk som kännetecken för Centrumanläggningen i Jönköping när den i mitten av åttiotalet byggdes upp av Länsförsäkringar, Centruminvest (genom Fastighets AB Vinnen) och dåvarande SPP, numera Alecta. I samband med det togs också den nuvarande logotypen fram. En varumärkesansökan för logotypen lämnades in av Centruminvest den 31 augusti 1987. Alecta köpte ut de andra delägarna och blev ensam ägare till fastigheterna. Varumärkesregistreringen överläts i augusti 1998 från Centruminvest till Förvaltnings AB A6 Center, som är ett helägt dotterbolag till invändaren, som i sin tur överlät den till invändaren i oktober 2004. Det är alltså tydligt att ägarna till fastigheten, sedan varumärket skapades också har varit ägare till detta. Upphovsrätten till A6 logotyp tillhör invändaren och den finns i sin helhet i innehavarens märke.

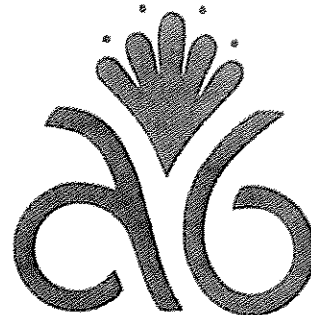
I tredje hand har invändaren anfört följande omständigheter och hävdade att innehavarens märke är förväxlingsbart med invändarens märke. Den dominerande delen i innehavarens märke är identiskt med invändarens märke. Den genomsnittlige konsumenten kommer därför att tro att det finns ett samband mellan innehavaren och invändaren. Det torde också vara innehavarens avsikt att välja en logotyp som är identisk med den välkända logotyp som representerar innehavarens köpcenter A6. A6 är ett starkt lokalt varumärke som tillsammans med logotypen tydligt hänvisar till A6 Center. De tjänster som avses med invändarens märke är bland annat affärsförvaltning, planering av byggnadskomplex samt leasing av byggnader och byggnadskomplex. Även om dessa tjänster inte är identiska med utskänkning av mat och dryck ligger det för konsumenterna nära till hands att tro att en servering som finns inom ett affärscentrum har samband med detta. I synnerhet mot bakgrund av att innehavarens märke är identiskt med invändarens märke. För det fall att Patent- och registreringsverket inte skulle finna att märkena är förväxlingsbara enligt 6 § 1 st VmL har invändaren hävdade att de

är förväxlingsbara enligt 6 § 2 st VmL. Det vill säga att innehavarens användning av märket A6 skulle dra otillbörlig fördel av och vara till förfång för det väl ansedda märket A6. Innehavarens val av en logotyp som är identisk med den inarbetade och lokalt mycket kända logotypen för A6 är knappast slumpmässig utan snarare ett sätt att dra fördel av den kändedom och inarbetning som numera kommer A6 Center till del.

Invändaren har påtalat att invändaren även är innehavare av, förutom ovan nämnda inarbetade märke och registrerade märke, även varumärkesansökningarna A6 CENTER, i figur nedan återgivet, med ansökningsnummer 2004/02413, och ordmärket A6 CENTER, med ansökningsnummer 2004/02414 samt varumärkesansökan A6, i figur nedan återgivet, med ansökningsnummer 2004/02415, vilka samtliga avser bland annat café- och restaurangverksamhet i klass 43.



Invändarens varumärkesansökning  
 2004/02413.



Invändarens varumärkesansökning  
 2004/02415.

Innehavaren av varumärket har bestridit grunderna för invändningen och har anfört följande. Registreringshindret ond tro avser varukännetecken som varken är registrerade eller inarbetade. Eftersom invändarens märke varit registrerat sedan 1988 är frågan om ond tro irrelevant. A6 jämte figuren av en mynningsflamma används dessutom för hela gamla artilleriregementet 6 (A6) område och där finns utöver invändaren ett tiotal andra fastighetsägare. Invändarens reella immaterialrätt sätter gränsen över vad invändaren kan förfoga över och därmed även licensiera ut. Invändaren kan licensiera ut endast den rätt som invändaren själv innehar, det vill säga rätten att använda namnet A6 och figuren inom verksamheten som ryms i de klasser invändarens varumärkesregistrering avser. Licensiering därutöver innebär att invändaren licensierar ut något som man inte innehar den härledda rätten till. Om invändaren således licensierar ut en rätt till Köpmansföreningen eller hyresrätterna som man inte förfogar över är det invändarens eget ansvar. En eventuell "överlicensiering" inskränker inte på A6 Café & Restaurang AB:s rätt att använda och söka registrering för varukännetecknet. Det föreligger vidare ingen upphovsrätt för figuren i invändarens märke eftersom den inte utgör ett konstnärligt verk. Figuren har använts för marknadsföring av hela gamla artilleriregemente A6 markområde och inte endast för det så kallade A6 Center. För det fall upphovsrätt till figuren föreligger har invändaren inte visat att invändaren är innehavare av sådan rättighet. Märkena är vidare inte förväxlingsbara då de inte avser varor av samma eller liknande slag. Det vitsordas i och för sig att de motstående märkena är identiska. Det finns naturligtvis ett samband mellan innehavaren och invändaren då innehavaren bedriver verksamhet i en lokal på A6 Center. Skälet till innehavarens märke är att A6 Centers tidigare förvaltningschef, Hans Hellström, krävde en omprofilering av

restaurangen Old Sam till A6 koncept, innebärande att innehavaren bland annat tilläts använda A6 i sin firma och skulle använda A6 logotyp på staketet runt restaurangen. Det bestrids således att innehavarens användning av varumärket A6 skulle dra otillbörlig fördel och vara till förfång för invändaren. Invändaren har inte åberopat någon utredning som visar att aktuell figur är inarbetad. Innehavaren har känt till att invändaren använder figuren i sin verksamhet. Dock är det inte så som påstås att innehavaren kände till att invändaren använde varumärket för verksamhet som är förväxlingsbar med de innehavarens märke avser. Det bestrids att invändaren överhuvudtaget bedriver eller bedrev verksamhet avseende utskänkning av mat och dryck. Vad innehavaren därtill kände till var att A6 Försvarsmuseum (A6 är beteckningen på det gamla regementet A6 som låg bland annat på aktuellt område) använt logotypen i 17 år.

Efter att ha tagit del av innehavarens inställning har invändaren genmält följande. När det gäller försvarsmuseets användning av logotypen kom försvarsmuseet till som ett resultat av en överenskommelse mellan kommunen i Jönköping, armén och ägarna av köpcentret A6. Att försvarsmuseet haft lov att använda logotypen är därför inget anmärkningsvärt.

### SKÅL

Enligt 2 § VmL anses ett kännetecken vara inarbetat om det här i landet inom en betydande del av den krets till vilken det riktar sig är känt som beteckning för de varor som tillhandahålls under kännetecknet.

6 § 2 st VmL stadgar att ett kännetecken som är väl ansett här i landet kan åberopa förväxlingsbarhet 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. En otillbörlig fördel får anses föreligga så snart ett yngre märke drar någon nytta av betydelse av det väl ansedda märkets goodwill.

Vid fastställande av vad som utgör ett väl ansett märke i VmL:s mening är graden av kännedom om märket hos såväl allmänhet som omsättningskrets av stor vikt och i praktiken ofta den enda objektivt avläsbara faktorn att ta i beaktande.

Enligt 14 § 1 st 5 p VmL får ett varumärke inte registreras bl.a. om det innehåller något som kränker annans upphovsrätt till litterärt eller konstnärligt verk. Bestämmelsen är ett utflöde av regleringen i lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk, nedan URL, och syftar till att det skydd som URL ger en upphovsman skall få genomslag även vid registreringsprövningen av varumärken. På samma sätt som när det gäller övriga hinder mot registrering har Patentverket att som första instans självständigt avgöra frågan om det finns något hinder mot registrering av hänsyn till annans upphovsrätt.

Den som skapat ett litterärt eller konstnärligt verk har enligt 1 § första stycket URL upphovsrätt till verket. Det gäller bl.a. alster av bildkonst i form av teckningar, om dessa utgör ”verk” i lagen mening (1 § 1 st. 5 URL). Upphovsrätten innebär enligt 2 § URL bl.a. att upphovsmannen – med vissa undantag som här saknar betydelse – har uteslutande rätt att förfoga över verket. Av URL framgår dock inte närmare vare sig vad som konstituerar ett verk eller hur långt lagens skydd sträcker sig. Allmänt sett är numera kraven för ett grundläggande upphovsrättsligt skydd förhållandevis låga men ju mer utpräglad originalitet ett verk har desto större är dess skyddsomfång.

I 14 § 1 st 6 p VmL anges att ett varumärke inte får registreras om märket är förväxlingsbart med ett namn eller en firma som någon annan använder i en näringsverksamhet, med någon annans varumärke som är registrerat efter tidigare ansökan eller med någon annans varukännetecken som är inarbetat då ansökan om registrering görs.

Frågan huruvida det föreligger risk för förväxling mellan två märken skall avgöras efter en helhetsbedömning vid vilken alla omständigheter av betydelse i det enskilda fallet skall beaktas, framförallt märkenas likhet samt likheten avseende de varor och/eller tjänster som märkena avser. Kravet på märkeslikhet blir mindre om de varor/tjänster som märkena 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 anses föreligga. Vid bedömningen av märkeslikheten skall avseende bland annat fästas vid märkenas särskiljningsförmåga, varvid förväxlingsrisken mellan märkena blir större om de besitter samma särskiljande beståndsdelar. Även risken för att konsumenterna genom association uppfattar att det råder ett samband mellan varumärkena ska beaktas vid helhetsbedömningen. Man har även att ta hänsyn till det faktum att konsumenten ofta saknar en reell möjlighet att samtidigt jämföra två motstående märken, varför det också måste beaktas att omsättningskretsens minnesbild av ett varumärke typiskt sett kommer att blekna med tiden. Vid förväxlingsbedömningen mellan märken skall därför bortses från oväsentliga detaljskillnader, vilka i och för sig kan vara lätta att notera vid en direkt jämförelse.

Enligt bestämmelsen i 14 § 1 st 7 p VmL föreligger hinder mot varumärkesregistrering om det sökta märket är förväxlingsbart med varukännetecken, som vid tiden för ansökan användes av annan, samt ansökningen gjordes med vetskap härom och sökanden ej använt sitt märke innan det andra kännetecknet togs i bruk. Det åligger den som påstår att registreringsökanden haft sådan vetskap att styrka detta.

PRV gör följande bedömning.

I ärendet har invändaren hävdade att invändarens märke A6 åtnjuter skydd som väl ansett märke. Det får anses klarlagt att innehavaren använt beteckningen A6 för den verksamhet som märket registrerats för i en betydande mån lokalt under en längre tid. Innehavarens uppgifter kan dock inte ligga till grund för att tillerkänna märket statusen så som väl ansett. Uppgifterna förmår inte heller styrka någon reell inarbetad rättighet, på sätt som avses i 2 § VmL, vilken sträcker sig utanför skyddsomfånget för invändarens registrering. Av de märken som invändaren hänvisat till är det endast märket A6, i figur, med registreringsnummer 212081, som har ett tidigare ansökningsdatum än innehavarens märke. Vid förväxlingsbedömningen är det således endast det märket som ska jämföras med innehavarens märke och jämförelsen ska göras med respektive märkes varuförteckning som utgångspunkt.

Invändarens märke ingår i sin helhet i innehavarens märke. I innehavarens märke ingår dessutom texten CAFÉ OCH RESTAURANG, vilket är direkt beskrivande för de tjänster som märket avser då den anger verksamhetens art. Det råder följaktligen märkeslikhet mellan innehavarens märke och invändarens märke. Det föreligger dock inte tjänsteslagslikhet mellan de tjänster som innehavarens märke avser och de tjänster som invändarens märke omfattar och märkena är vid en helhetsbedömning därför inte förväxlingsbara.

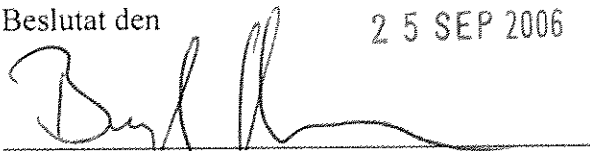
Även varukännetecken som tagit i bruk men som inte registrerats eller inarbetats kan utgöra registreringshinder. Ett märke som är förväxlingsbart med ett sådant märke får inte registreras om ansökan har gjorts med vetskap om användningen och sökanden inte har påbörjat användningen av sitt märke först. Invändaren har hävdat att invändarens märke har använts även för andra varor och tjänster än dem som märket registrerats för då märket använts som ett samlingsmärke för hela affärscentret A6-centrum, vilket även innefattar restauranger, sedan centret byggdes. Invändaren har påstått att innehavaren varit medveten om detta och således agerat i ond tro vid sin ansökan om registrering av innehavarens märke. Innehavaren har vitsordat kännedom om att invändarens märke har använts i invändarens verksamhet men har bestridit att den verksamhet som invändaren bedriver eller har bedrivit är förväxlingsbar med de tjänster som innehavarens märke avser. Invändaren har inte inkommit med någon utredning eller övrigt material som visar hur märket har använts. Innehavaren kan inte med endast de av invändaren angivna omständigheterna som grund anses ha agerat i ond tro.

Invändarens märke består bland annat av bokstaven A som gemen och siffran 6. Den runda delen i respektive tecken är inte helt slutet men tecknen är för övrigt utförda i ett vanligt typsnitt utan nämnvärd särprägel. Mellan tecknen finns en enkel, solfjäderliknande figur med en spets som går ner mellan tecknen. Ovanför den solfjäderliknande figuren finns två prickar på vänster sida och två prickar på höger sida. Märket är allt för banalt för att tillerkännas sådan upphovsrätt som kan utgöra hinder för annans varumärkesregistrering.

Följaktligen utgör invändningen inte något hinder mot registreringen. Invändningen skall därför avslås.

Beslutat den

2 5 SEP 2006

  
Bengt Staffas

  
Anna Axelsson

#### 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 beslutets dag.