

AVSLAGSBESLUT

Varumärkesansökan nr 2004/02688

Sandart & Partners Advokatbyrå Handelsbolag
Att: Dag Sandart
Engelbrektsgatan 7
114 32 Stockholm

Exp. Patent- och registreringsverket

2006 -11- 01

SÖKANDE

Aftonbladet Hierta Aktiebolag
105 18 Stockholm
Sverige

OMBUD

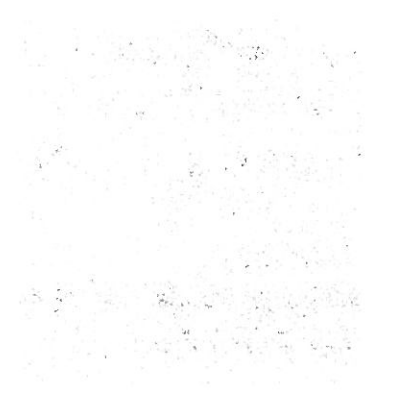
Sandart & Partners Advokatbyrå Handelsbolag Att: Dag Sandart
Engelbrektsgatan 7
114 32 Stockholm

BESLUT

Den under ovanstående nummer inkomna ansökan om registrering av varumärke har denna dag av Patent- och registreringsverket (PRV) på nedan angivna skäl avslagits jämlikt 19 § andra stycket varumärkeslagen (1960:644).

ÄRENDET

Ärendet avser ansökan om varumärkesregistrering av färgen rosa, återgiven nedan, för kvällstidningar; sporttidningar klass 16 och publicering av elektroniska tidskrifter i klass 41.



Det sökta märket består av färgen rosa

PRV har som hinder för märkets registrering anfört att det saknar för registrering erforderlig särskiljningsförmåga.

Sökanden har anfört att märket genom inarbetning förvärvat särskiljningsförmåga och för att visa detta givit in material bestående av bland annat ett tidningsexemplar, ett utdrag från tidningens webbsida, fotografier som exemplifierar reklammaterial, reklamskyltning och sponsringskampanjer, fotografier visande reklamfilmer, en marknadsundersökning samt intyg från Petter Nylander, VD OMD Sweden AB, Rolf Skjöldebrand, varumärkeskonsult Brand Management AB samt Carl-Henric Ericsson, VD Performance Sweden. Sökanden har även åberopat uppgifter om bland annat sålda exemplar av tidningen, reklamkostnader och marknadsposition för tidningen.

SKÄL

Ett varumärke får enligt 13 § varumärkeslagen registreras endast om det har särskiljningsförmåga. Vid bedömning av om ett märke har särskiljningsförmåga skall hänsyn tas till alla omständigheter och särskilt till den omfattning och den tid märket varit i bruk.

Märket består av en färg. Enligt PBR:s domar, mål nr 95-573 t.o.m. 95-581, kan det inte anses finnas något principiellt hinder mot att en färg används som varumärke. Dock konstateras i domskälen att ett märke som består av endast en färg i allmänhet torde sakna inneboende särprägel för de varor eller tjänster som det avser, då en genomsnittlig konsument inte sannolikt bör uppfatta färgen på en vara som ett kännetecken, utan snarare som en del av varans formgivning. Ett märke som består av en färg kan även vara generisk eller i övrigt deskriptiv för ett visst varuslag.

PBR konstaterar emellertid i ovan nämnda domar att ett märke som inte har tillräcklig inneboende distinktivitet genom användning kan göras känt och få en sekundär betydelse som varukännetecken och därigenom förvärva erforderlig särskiljningsförmåga. För att påvisa tillräcklig användning krävs ett mycket gediget material innefattande marknadsundersökning i vilken neutralt ställda frågor används.

PRV gör följande bedömning.

Den rosa färg som utgör sökt märke får anses sakna inneboende särskiljningsförmåga för de varor och tjänster som ansökan avser. PRV finner inte att den sökta rosa färgen är generisk eller deskriptiv för sökta varor och tjänster, men konstaterar samtidigt att det inte är unikt att tidningar trycks i olika färgade papperskvaliteter såsom svenska Dagens Industri som trycks på ljusrosa papper och italienska La Gazzetta Dello Sport som trycks på mörkrosa. Vad avser färgsättning av elektroniska tidskrifter torde användningen av olika färger vara än vanligare än hos traditionella papperstidningar. Frågan är således huruvida sökt märke har förvärvat för registrering erforderlig särskiljningsförmåga genom användning.

Av utredningen framgår att färgen rosa använts i samband med Aftonbladets sportbilaga Sportbladet i stor omfattning avseende antal sålda tidningar och besök på Sportbladets hemsida. Vidare har färgen rosa använts i samband med reklam för tidningen Sportbladet i en rad kampanjer av olika slag. Spridningen och kostnaderna för reklamkampanjerna får anses vara av betydande slag.

Av ovan nämnda marknadsundersökning som givits in av sökanden i vilken en av frågorna lyder "Känner du till om det finns någon tidnings sportbilaga som har särskild färg" framgår det att 56 % av respondenterna associerar Aftonbladets sportbilaga Sportbladet till "någon särskild färg". Av dem som svarat jakande på frågan anger 95 % färgen skär eller rosa som

den aktuella färgen. Av resultatet kan utläsas att en relativt hög andel känner till att Sportbladet har en "särskild färg", vilket torde vara vilken annan färg som helst än vit som är den vanliga färgen på en tidning, och att en klar majoritet anger den sökta färgen som den "särskilda färgen".

Frågan som lyder "Anser du att den rosa färgen är ett kännetecken för Aftonbladets sportbilaga Sportbladet" anses av PRV inte vara tillräckligt neutralt ställd utan alltför ledande gentemot en respondent.

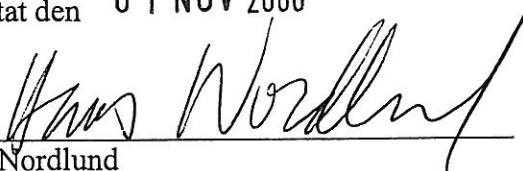
Vad avser samtliga ovanstående tre frågor från undersökningen finner PRV att det inte är möjligt att på grundval av de ställda frågorna att dra någon slutsats huruvida färgen rosa kommit att uppfattas som ett kännetecken för de sökta varorna kvällstidningar eller tjänsterna publicering av elektroniska tidskrifter utan att frågorna främst får anses belägga viss inarbetning gällande de sökta varorna sporttidningar.

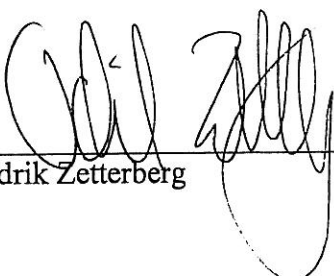
Av utredningen framgår visserligen att färgen rosa använts i samband med Aftonbladets sportbilaga Sportbladet i förhållandevis hög grad. Det framgår även att färgen rosa uppfattas som ett kännetecken för Sportbladet av en relativt hög andel av de tillfrågade i undersökningen. PRV finner emellertid inte att utredningen kan läggas till grund för slutsatsen att färgen rosa i sig i omsättningskretsen kommit att uppfattas som ett kännetecken för sökanden avseende sporttidningar eller övriga varor och tjänster som ansökan omfattar.

Det är vanligt förekommande att använda olika färger på tryck och layout på tidningar, såväl på traditionella papperstidningar som webbaserade. Den reklamkampanj som bedrivits av sökanden har till största delen bestått av färgen rosa i kombination med lydelsen Sportbladet eller annan text med tidningen Aftonbladets typsnitt, därför kan färgen av omsättningskretsen endast kommit att uppfattas som en del av tidningarnas formgivning. Det är med anledning av ovan sagda, inte visat att märkets bristande särskiljningsförmåga kan anses avhjälppt.

Ansökan skall därför avslås.

Beslutat den 01 NOV 2006


Hans Nordlund


Fredrik Zetterberg

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 (2) månader från beslutets dag.