

Varumärkesansökan nr 2004/02918

Exp. Patent- och registreringsverket

2006 -12- 2 9

Zacco Sweden AB (publ)
Box 23101
104 35 Stockholm

SÖKANDE

Swedish Match North Europe AB
118 85 Stockholm

OMBUD

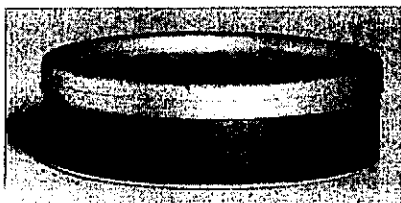
Zacco Sweden AB (publ)
Box 23101
104 35 Stockholm

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 utstyrsel, återgiven nedan, för snus i klass 34.



Den sökta utstyrseln

PRV har som hinder för utstyrselns registrering anfört att den saknar för registrering erforderlig särskiljningsförmåga.

Sökanden har bestridit bristen på särskiljningsförmåga och som stöd för sin talan hänvisat till en omfattande försäljning och marknadsföring av den typ av dosor som ansökan avser. Vidare har bilagts två marknadsundersökningar till stöd för påståendet att märket genom användning kommit att uppfattas som ett kännetecken.

Sökanden har även givit in en redogörelse av utseendet på sökandens snusdosor historiskt sett, sammanställd av Inga Junhem, tidigare intendent och museichef för Tobaks- och Tändsticksmuseum på Skansen.

Sökanden har givit in ett antal exemplar av förpackningar för snus från konkurrerande märken för att påvisa de skillnader som finns olika dosor emellan. Även bilder på konkurrenters snusdosor har givits in med samma avsikt.

Muntlig förhandling har hållits i ärendet.

SKÅL

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

Patentbesvärsträtten skriver i sin dom mål 01-450 Förpackningsutstyrsel med texten SVENSKT BRÄNNVIN 1467 att "en utstyrsel som i betydande mån avviker från normen etc. i sig skall anses ha särskiljningsförmåga för de varor eller tjänster som den avser".

Ett märke som saknar inneboende särskiljningsförmåga kan genom användning förvärva särskiljningsförmåga och därmed erhålla för varumärkesregistrering erforderlig särskiljningsförmåga.

PRV gör följande bedömning.

Den sökta utstyrseln har med sin runda form och övriga proportioner ett utseende som närmast är att betrakta som en grundform för snusdosor såväl i Sverige som utomlands. Vissa detaljer i utformningen på den aktuella utstyrseln skiljer sig utseendemässigt från andra snusdosor på marknaden. Dessa mindre skillnader kan dock inte sägas ge utstyrseln en sådan helhetsmässig avvikelse från de på marknaden allmänt förekommande former på snusdosor att omsättningskretsen har anledning att uppfatta den som ett kännetecken för sökandens varor. Därmed ligger det närmast till hands att uppfatta dosans form som en av flera varianter av på marknaden förekommande snusdosor.

Vid en samlad bedömning finner PRV därmed att den sökta utstyrseln saknar inneboende särskiljningsförmåga. PRV har därefter att ta ställning till om den sökta utstyrseln genom användning har förvärvat särskiljningsförmåga.

Av utredningen framgår att de snusdosor som avses i ansökan under lång tid och i stor omfattning sålts på den svenska marknaden. Enbart dessa uppgifter kan emellertid inte läggas till grund för slutsatsen att den sökta utstyrseln förvärvat erforderlig särskiljningsförmåga.

I den första av de marknadsundersökningar som givits in av sökanden har 500 personer intervjuats på olika platser i Stockholmsområdet. 139 utav dessa personer angav att de var snusare och deras svar har därefter legat till grund för resultatet. 88% svarade att den sökta utstyrseln härrör till något av de snusmärken eller företag som sökanden har koppling till. 14% svarade att utstyrseln har koppling till sökanden Swedish Match. PRV finner att denna undersökning har ett alldeles för litet antal respondenter samt är utförd på ett för snävt

begränsat geografiskt område för att ge stöd för att omsättningskretsen kommit att uppfatta den sökta utstyrseln som ett kännetecken för sökanden. PRV finner även att det faktum att endast snusares svar legat till grund för undersökningen gör att bevisvärdet i undersökningen försämras eftersom snus inte enbart inhandlas av snusare utan även av exempelvis någon i snusarens familj vid köp av andra varor.

I den andra marknadsundersökningen som givits in har 1924 personer intervjuats i en rikstäckande undersökning. 328 utav dessa personer utav dessa var snusare. Av de 328 snusarna svarade 306 stycken att de förknippar den sökta utstyrseln med Swedish Match eller något av deras snusmärken. På frågan om en snusdosa med det aktuella utseendet kommer från en och samma tillverkare svarade 170 stycken av de 306 som angivit något Swedish Match-relaterat svar i första frågan, alltså 52 % att så är fallet. 129 stycken, alltså 42 % svarade att en snusdosa med det aktuella utseendet kan komma från vilken tillverkare som helst.

PBR skriver i sin dom 97-05718 gällande utstyrsel på ficklampa att 300 respondenter är ett "förhållandevis lågt antal". Domstolen skriver i samma dom att "det förhållandet att enligt undersökningen 66 procent av de tillfrågade spontant eller med hjälp kopplade samman den förevisade ficklampan med "Mag-Lite" kan således inte utan vidare anses klarlägga att märket förvärvat särskiljningsförmåga." De citerade siffrorna skall jämföras med 328 respondenter i sökandens undersökning och ett utfall på 52 % i sökandens favör. Det låga antalet respondenter gör att utfallet får värderas med viss försiktighet.

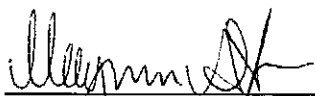
En majoritet av de intervjuade i den andra marknadsundersökningen har visserligen angivit att de förknippar den sökta utstyrseln med sökanden men PRV anser inte att detta faktum automatiskt visar att omsättningskretsen kommit att uppfatta den sökta utstyrseln som ett kännetecken för sökanden. Det faktum att endast snusares svar legat till grund för undersökningen gör att bevisvärdet i undersökningen försämras eftersom snus inte enbart inhandlas av snusare utan även av exempelvis någon i snusarens familj vid köp av andra varor. Vidare har många svarande som först angett att de förknippar dosan med sökanden i nästa fråga angett att dosan kan komma från vilken tillverkare som helst. Dessa förhållanden visar enligt PRV på att en inarbetad särskiljningsförmåga hos den sökta utstyrseln inte är att ta för självklar.

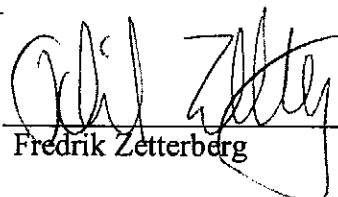
Att många människor i Sverige kommer att tänka på sökanden eller dennes produkter när de ser en bild av en snusdosa har givetvis även att göra med att det fram till slutet av 1960-talet fanns ett tobaksmonopol där föregångaren till Swedish Match, Svenska Tobaksaktiebolaget var den enda leverantören av snus till den svenska marknaden. När marknaden senare avreglerades har sökanden varit den otvetydigt största aktören på marknaden och är så fortfarande. Den sorts dosor som ansökan avser har enligt bifogat material sett i stort sett likadana ut under flera årtionden. Associationen till sökanden eller produkter från sökanden i ett första skede ter sig därmed närmast oundvikligt.

Vid en samlad bedömning finner PRV att det inte kan fastslås att den sökta utstyrseln av omsättningskretsen kommit att uppfattas som ett kännetecken för sökanden. Inte heller kan dessa uppgifter i förening med vad som i övrigt framkommit läggas till grund för en sådan slutsats.

Ansökan skall därför avslås.

Beslutat den 29 DEC 2006


Magnus Ahlgren


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.