

Invändningsärende nr 2005/0173/0001

Registrering nr 375023

**INVÄNDARE**

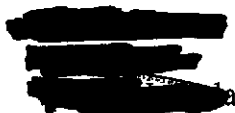
The Coca Cola Company  
P.O. Drawer 1734  
Atlanta, GA 30301  
USA

Exp. Patent- och registreringsverket

2007 -01- 0 9

**OMBUD**

Albihns Stockholm Aktiebolag  
Box 5581  
114 85 Stockholm

**INNEHAVARE****OMBUD**

Advokaterna Hancock & Rehn HB  
Box 1917  
751 49 Uppsala

**BESLUT**

Patent- och registreringsverket (PRV) upphäver varumärkesregistreringen nr 375023 med stöd av 21 § första stycket varumärkeslagen (1960:644).

**ÄRENDET**

Invändningen avser varumärkesregistrering nummer 375023, som registrerades den 7 oktober 2005 för kolsyrade fruktdrycker i klass 32. Märket är återgivet nedan.



Invändaren har yrkat att registreringen skall hävas och har som grund härför åberopat förväxlingsbarhet med dennes svenska registrering nr 137620 FANTA registrerad för frusen konfekt, sorbet och preparat för tillverkning härav i klass 30 och gemenskapsvarumärkena FANTA (i figur återgivet nedan) med registreringsnummer 621060, gemenskapsvarumärket FANTA (i figur återgivet nedan) med registreringsnummer 2180537 samt gemenskapsvarumärket FANTA med registreringsnummer 2091817. Samtliga gemenskapsvarumärken är registrerade för öl; mineral- och kolsyrat vatten samt andra icke alkoholhaltiga drycker; fruktdrycker och -juicer; safter och andra koncentrat för framställning av drycker. Invändaren har även åberopat att dennes varumärke FANTA är inarbetat i Sverige samt att varumärket FANTA är ett i landet välkänt kännetecken och därmed skall tillerkännas ett utökat skyddsomfång enligt 6 § 2 st varumärkeslagen. Invändaren har vidare i allt väsentligt anfört följande. FANTA torde vara ett av världens mest kända märken inom dryckeskategorin och märket torde odiskutabelt vara att beteckna som ett här i landet välkänt kännetecken som skall tillerkännas utökat skyddsomfång enligt varumärkeslagens 6 § 2: a stycket. Invändarens varumärke FANTA ingår även till fullo i det sökta varumärket FANTASY, varför konsumenter kan missledas att tro att FANTASY utgör ett nytt varumärke tillhörande The Coca-Cola Company eller att något annat samband finns mellan innehavarna till de två märkena. Då så emellertid inte är fallet föreligger en klar förväxlingsrisk. Det bör även påpekas att redan av ordmärkesregistreringarna av FANTA, the Coca-Cola Company har ett skydd för därmed förväxlingsbara märken, oavsett i vilken skrivform de används kommersiellt. Noteras bör även att registrering 375023 "Fantasy ananas" i verkligheten används i en engelskspråkig version. Ordet "Fantasy" skrivs med stor begynnelsebokstav och resterande bokstäver i gemena i cirka 45 graders vinkel nerifrån vänster upp till höger. Även FANTA skrivs på ungefär samma sätt även om en speciell stilart använts på invändarens burkar. Såväl FANTA som FANTASY skrivs med mörka bokstäver med ljus skuggning mot en färglagd botten. Det har även noterats att det på marknaden finns andra FANTASY-märken förutom den nu godkända, såsom "Fantasy water melon" och "Fantasy red orange". "Fantasy red orange" har dessutom samma färg på ord (blått) samt bakgrund (orange) som invändarens burk FANTA APELSIN, vilket naturligtvis ytterligare ökar förväxlingsrisken på marknaden när läskedrycksburkar köps i dagligvaruhandeln utan större övervägande beträffande utseende och logotyper. Att sökanden endast söker varumärkesskydd för ananasversionen av sin FANTASY läskedryck beror väl på att apelsinsmaksversionen skulle utgöra en alltför påtaglig dokumentation av sökandens försök att snylta på allmänhetens kännedom av varumärket FANTA. Konsumenter kan således mycket lätt ta en burk av invändarens välkända läskedryck FANTA eftersom förväxlingsrisken alltid är störst när inledande stavelser av motstående märken överensstämmer.



Gemenskapsvarumärke nr 621060



Gemenskapsvarumärke nr 2180537.  
 Märket utföres i färgerna Blått, orange, vitt, grönt, limegrönt.

Innehavaren av varumärket har genom sitt ombud bestridit grunderna för invändningen och i allt väsentligt anfört följande. Fanta är i och för sig ett mycket välkänt varumärke, men också ett mycket särpräglad sådant. Fanta är ett "fantasiord" utan egen betydelse. Min huvudmans registrering Fantasy ananas är två ord med egen betydelse. Detta medför att redan av ordmärkesregistreringarna är det tydligt de båda registreringarna Fanta respektive Fantasy ananas skiljer sig så markant åt från varandra att förväxlingsrisk enligt varumärkeslagen inte föreligger. Till skillnaderna i själva ordmärket kommer att min huvudmans registrerade varumärke Fantasy ananas + figur ytterligare särskiljer sig från invändarens registrerade varumärken Fanta + figur. Ordet Fantasy skrivs med ett särskilt typsnitt och den engelska översättningen av ananas, pineapple, med vit text inom en röd rektangel. Utöver skillnaderna i logotyp för den skrivna texten i respektive registreringar, skiljer sig själva bilden, bakgrunden till texten etc klart från varandra.

## SKÄL

Av 14 § första stycket 6 punkten varumärkeslagen framgår att ett varumärke inte får registreras bl a 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.

Av 14 § första stycket 9 punkten varumärkeslagen framgår att ett varumärke inte får registreras om märket är förväxlingsbart med ett gemenskapsvarumärke som innehas av någon annan och är registrerat efter en tidigare ansökan.

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 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 och då i första hand på märkenas visuella och fonetiska likhet. Hänsyn skall även tas till huruvida ord och/eller figurer i de aktuella märkena eventuellt besitter ett gemensamt eller liknande begreppsmässigt innehåll, varvid risken för att konsumenterna genom association uppfattar att det råder ett samband mellan varumärkena skall beaktas. 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 6 § andra stycket varumärkeslagen kan förväxlingsbarhet 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.

Förväxlingsbarhet enligt andra stycket förutsätts vara för handen i varje fall då risk finns att användningen av ett yngre liknande märke kan lända det äldre märket till förfång eller eljest dra otillbörlig fördel av detsamma. En otillbörlig fördel får anses föreligga så snart ett yngre märke drar någon nytta av betydelse av det väl ansedda märkets goodwill. Detta innebär i praktiken att samma höga krav på egentlig märkeslikhet inte skall upprätthållas vid tillämpningen av denna s k anseendeskyddsregel. För tillämplighet av denna regel krävs det dock ett visst mått av märkeslikhet, som i vart fall måste vara av den digniteten att den berörda allmänheten kan komma att förknippa märkena med varandra, utan att för den skull direkt förväxla desamma. Vid fastställande av vad som utgör ett "väl ansett" märke i varumärkeslagens 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, trots att det aktuella kriteriet är menat att vara kvalitativt, i den meningen att även andra goodwillskapande aspekter skall vägas in i begreppet. Huruvida ett märke är att betrakta som "väl ansett" eller inte kommer dock i praktiken att vara avhängigt nivån av kännedom om märket ifråga.

PRV gör följande bedömning.

Inledningsvis kan konstateras att det mellan de motstående registreringarna råder varuslagslikhet, då innehavarens registrering avser "kolsyrade fruktdrycker" och flertalet av invändarens registreringar bl a omfattar "icke alkoholhaltiga drycker; fruktdrycker och -juicer; safter och andra koncentrat för framställning av drycker". Det får även anses att likhet i varumärkesrättslig mening föreligger mellan innehavarens varor och varorna "frusen konfekt, sorbet och preparat för tillverkning härav", i klass 30 i invändarens svenska registrering.

Vad det gäller märkeslikheten mellan märkesdominanterna FANTASY respektive FANTA noteras först att ordet FANTA i sin helhet ingår i FANTASY, vilket är det ord och märkeelement som dominerar innehavarens märke. Vad det särskilt gäller de motanförda figurmärkena noteras vidare att texten i dessa besitter samma lutningsvinkel som texten i innehavarens märke, en omständighet som förvisso kan sägas utgöra ett indicium på att ett otillbörligt förfarande är för handen, ehuru detta inte tillsammans med övriga likheter kan sägas hänföra märkena till kategorin förväxlingsbara. I visuellt hänseende föreligger emellertid också lätt uppfattbara skillnader mellan märkena genom ordens olika längd och olika antal stavelser. Ur det audiella perspektivet konstateras att de aktuella orden företer ljudmässiga skillnader vilka korresponderar med de visuella. Vidare är märkena ägnade att skapa olika associationer, till följd av att innehavarens kännetecken FANTASY översatt till svenska har betydelsen fantasi, medan ordet FANTA, i invändarens märken, inte har någon given betydelse. Vid en samlad bedömning befinnes innehavarens märke inte vara förväxlingsbart med de av invändaren åberopade kännetecknen enligt 6 § första stycket varumärkeslagen, eftersom någon reell förväxlingsrisk inte kan sägas existera. PRV övergår därför till att avgöra huruvida invändarens märke är att anse såsom väl ansett och därvid åtnjuter skydd enligt 6 § andra stycket varumärkeslagen.

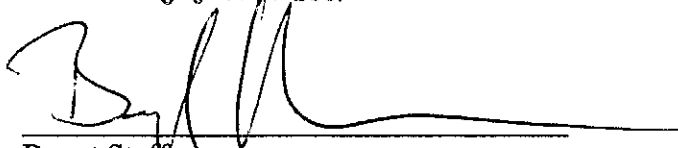
Invändaren har inte presterat någon marknadsundersökning till styrkande av inarbetningsgraden rörande varumärket FANTA. Ämbetsverket finner emellertid att varumärket ifråga måste anses som notoriskt känt bland omsättningskretsen, inte minst till följd av den massiva marknadsföringen som skett under den senaste tiden och den därutöver långvariga användningen av kännetecknet ifråga. Enligt Encyklopedia Britannica Online (åtkomst 2006-12-20) har drycken använts av The Coca-Cola Company sedan 1946.


Det föreligger i övrigt inte från PRV:s sida något skäl att särskilt ifrågasätta den påstått höga graden av kännedom, bl a med anledning av den stödfakta som står att finna på Internet, samt omständigheten att innehavaren inte närmare sökt tillbakavisa uppgiften ifråga. PRV finner således att det får anses klarlagt att märket FANTA förutom att detta utgör ett inarbetat varumärke enligt 2 § varumärkeslagen dessutom är att betrakta som ett väl ansett kännetecken, i den mening som åsyftas i 6 § andra stycket samma lag.

Till följd av de ovan presenterade skillnaderna mellan märkena föreligger enligt PRV inte någon risk att omsättningskretsen vilseleds rörande det kommersiella ursprunget hos produkterna. Inte heller kan det sägas ligga nära till hands att allmänheten kan få uppfattningen att något annat direkt eller indirekt samband föreligger mellan de båda varumärkena. Det förefaller emellertid – bl a mot bakgrund av den figurativa utformningen av innehavarens märke samt det produktslag som omfattas av registreringen – uppenbart att innehavaren söker alludera på det notoriskt kända varumärket FANTA, särskilt i dess figurativa utformning så som detta gestaltar sig i de motanförda figurvarumärkena. Det får vidare anses förhålla sig så att ett bruk av innehavarens märke skulle innebära att detta märke skulle dra en otillbörlig fördel av det väl ansedda märkets särskiljningsförmåga och anseende. Dessutom får det, när det gäller denna typ av starkt särskiljande och väl ansedda märken, anses ligga i farans riktning att användningen av liknande märken riskerar urvattna det väl ansedda märkets särskiljningsförmåga och anseende. Det får mot bakgrund av det ovan presenterade anses sannolikt att så även är fallet i förevarande ärende, särskilt med beaktande av att de motstående kännetecknen avser samma varuslag.

Följaktligen utgör invändningen hinder för att låta registreringen bestå. Registreringen skall därför upphävas.

Beslutat 09 JAN 2007

  
Bengt Staffas

  
Ulrika 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 beslutsdagen.