

Invändningsärende nr 2006/0184/0001

Registrering nr 382724

INVÄNDARE

Altia plc
Salmisaarenranta 7
00180, Finland
Finland

OMBUD

Zacco Sweden AB
Box 23101
104 35 Stockholm

INNEHAVARE

Oenoforos Aktiebolag
Kungsholms strand 135 B, 9 tr
112 48 Stockholm

OMBUD

Albihns Stockholm AB
Box 5581
114 85 Stockholm

BESLUT

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår invändningen med ovanstående nummer med stöd av 21 § andra stycket varumärkeslagen (1960:644).

ÄRENDET

Ärendet avser invändning mot varumärket ALTEA, med registreringsnummer 382724, registrerat för alkoholhaltiga drycker (ej öl), i klass 33.

Invändaren yrkar att innehavarens registrering upphävs och gör gällande att märket är förväxlingsbart med gemenskapsvarumärket ALTIA 1888, i figur återgivet nedan, med registreringsnummer 2814184, registrerat för bland annat alkoholhaltiga drycker (ej öl), i klass 33.

ALTIA
— 1888 —

Det av invändaren åberopade märket med registreringsnummer 2814184.

Vidare anför invändaren att innehavarens märke är förväxlingsbart med gemenskapsvarumärkena ALTIA GROUP, i figur återgivet nedan, med registreringsnummer

979781, registrerat för bland annat alkoholhaltiga drycker (ej öl), i klass 33, samt ALTIA YHTIÖT, i figur återgivet nedan, med registreringsnummer 981142, registrerat för bland annat alkoholhaltiga drycker (ej öl), i klass 33.



Det av invändaren åberopade märket med registreringsnummer 979781.



Det av invändaren åberopade märket med registreringsnummer 981142.

Till stöd för invändningen anför invändaren i huvudsak följande. Ordet ALTEA är fonetiskt och visuellt i det närmaste identiskt med ordet ALTIA. Det enda som skiljer orden åt är den näst sista vokalen E respektive I. Orden består av samma antal bokstäver där konsonanter och vokaler är placerade likadant. Innehavarens märke ALTEA är ett rent ordmärke. Det finns således inga andra moment i märket som ska jämföras med de av invändaren åberopade märkena. Trots att de av invändaren åberopade märkena innehåller andra moment än lydelsen ALTIA så kan det konstateras att det dominerade inslaget i samtliga tre märken är ordet ALTIA. Därmed ska en jämförelse i första hand göras mellan ordet ALTEA och det dominerade inslaget ALTIA. I det av invändaren åberopade varumärket ALTIA 1888, i figur, anges årtalet 1888 i ett betydligt mindre typsnitt än ordet ALTIA. Årtalet har en låg grad av särskiljningsförmåga samt anges i märket på sådant sätt att ordet ALTIA framstår som blickfånget i märket. Det torde inte råda något tvivel om att det finns stor risk att konsumenterna kan komma att förväxla varumärket ALTIA 1888 med ordmärket ALTEA. I varumärket ALTIA GROUP anges ordet GROUP i ett betydligt mindre typsnitt än ordet ALTIA som trots figurinslaget klart dominerar märket. Även här framstår ordet ALTIA som det moment som uppmärksammas och det som konsumenten lägger på minnet. Det torde således även i detta fall inte råda något tvivel om att det finns en stor risk att konsumenterna kan komma att förväxla detta märke med varumärket ALTEA. Samma resonemang kan appliceras på varumärket ALTIA YHTIÖT även om ordet YHTIÖT möjligen kan anses ha en något högre särskiljningsförmåga än ordet GROUP i motsvarande märke.

Vidare anför invändaren att vid bedömningen av om förväxlingsrisk föreligger ska en bedömning göras om det senare märket kan anses ligga inom skyddsomfånget för det tidigare märket. Ett varumärkes skyddsomfång är avhängigt märkets inneboende eller förvärvade särskiljningsförmåga. Ju större särskiljningsförmåga, desto större är skyddsomfånget. Invändaren har härvid hänvisat till EG-domstolens avgörande i mål C-251/95 (PUMA) och mål C 324/97 (Lloyd). De av invändaren åberopade märkena domineras av ordet ALTIA som är ett rent fantasiord som därmed besitter full särskiljningsförmåga. Märket har sålunda ett betydande skyddsomfång. För en majoritet av befolkningen i Sverige så har vare sig ordet ALTIA eller ALTEA någon konceptuell betydelse. Visserligen förekommer ordet ALTEA som förnamn, men det är ett ovanligt namn med endast 180 bärare. Då orden ALTIA och ALTEA inte kan anses ha några särskilt kända betydelser eller innebörder, är märkena vid en konceptuell jämförelse likvärdiga. Både varumärket ALTEA och varumärket ALTIA avser alkoholhaltiga drycker, i klass 33. det är således fråga om varuslagslikhet. Beträffande köparkretsens sammansättning kan konstateras att de aktuella varorna är vanliga konsumentprodukter. Sådana inköp görs utan några större överväganden eller noggranna jämförelser.

Innehavaren av varumärket bestrider grunderna för invändningen och anför i huvudsak följande. De av invändaren åberopade märkena är figurmärken. Dessa omfattar varor i en mängd klasser och märket ALTIA 1888 omfattar även grossist- och detaljistförsäljningstjänster i samband med alkoholhaltiga drycker. Detta är just invändarens huvudverksamhet vilket framgår av uppgifter på Internet. Innehavaren har härvid bifogat en artikel publicerad på Internet 2006-12-19. Invändaren är det ledande finska alkoholdrycksbolaget och är helägt av den finska staten. Motsvarande bolag i Sverige är V&S som även det ägs av staten. Båda dessa företag har som huvudsaklig verksamhet att tillverka och tillhandahålla alkoholhaltiga drycker men inget av bolagsnamnen, varken ALTIA eller V&S används på några av dryckerna. Istället utgörs respektive företags huvudvarumärken av Finlandia Vodka respektive Absolut Vodka. De bakomliggande firmadominanterna används ej som kännetecken för själva produkterna. Innehavaren anför vidare att varumärket ALTIA uttalas med betoning på den första bokstaven A, medan ALTEA helt klart uttalas med betoning på bokstaven E. Detta gör att det är lätt att hålla märkena isär.

SKÅL

Av 14 § första stycket punkten 9 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 om förväxlingsbarhet skall avgöras vid en helhetsbedömning där alla omständigheter av betydelse i sammanhanget skall beaktas, framför allt märkenas likhet samt likheten avseende de varor som märkena avser. Avgörande vid besvarande av frågan om förväxlingsbarhet blir, i de fall varuslagslikhet kan konstateras, i vilken mån kännetecknen kan bedömas likna varandra. Bedömningen av denna fråga skall grundas på märkenas visuella och fonetiska likhet. Hänsyn skall även tas till om orden i de aktuella märkena besitter ett gemensamt eller liknande begreppsmässigt innehåll, varvid risken för att konsumenterna genom association uppfattar att det råder ett samband mellan varumärkena skall beaktas.

PRV gör följande bedömning.

Inledningsvis kan konstateras att det av invändaren åberopade varumärket och innehavarens varumärke omfattar skydd för varor som är identiska vad avser varuslaget alkoholhaltiga drycker (ej öl), i klass 33. PRV finner därmed att det föreligger varuslagslikhet märkena emellan.

Beträffande märkeslikheten har PRV följande att anföra. Innehavarens märke består av lydelsen ALTEA och de av invändaren åberopade märkena innehåller lydelserna ALTIA 1888, ALTIA GROUP samt ALTIA YHTIÖT. Det kan konstateras att märkena uppvisar en viss visuell och fonetisk likhet då det inledande ordet i respektive märke inleds med bokstäverna ALT-. Dessa bokstäver efterföljs dock av bokstäverna -EA respektive -IA, vilka på det svenska språket ligger närmast till hands att uttalas på olika sätt. Vidare består de av invändaren åberopade märkena av ytterligare ord i lydelsen samt figurativa moment. I märkena ALTIA GROUP samt ALTIA YHTIÖT är dessa figurativa moment särskilt framträdande. Denna skillnad leder till att märkena sedda i sin helhet uppvisar fonetiska och visuella olikheter. Skillnaderna mellan märkena förstärks ytterligare av det faktum att de ger

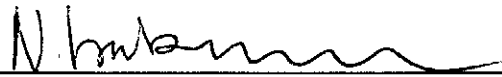
olika associationer. Innehavarens märke närmast ger en association till ett förnamn medan innehavarens märke utgörs av ett fantasiord. Vid en samlad bedömning finner PRV att innehavarens märke skiljer sig från invändarens märke till sådan grad att märkena inte är förväxlingsbara.

Följaktligen utgör invändningen inte något hinder mot registreringens fortsatta bestånd. Invändningen skall därför avslås.

Beslutat den 20 DEC 2007



Herman Pettersson



Nina Isaksson

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.