

Varumärkesansökan nr 2007/01789

Exp. Patent- och registreringsverket

2010-03-04

Advokatbyrån Gulliksson Aktiebolag
Box 55631
102 14 Stockholm

SÖKANDE

Svenska Naturskyddsföreningen
Box 4625
116 91 Stockholm

OMBUD

Advokatbyrån Gulliksson Aktiebolag
Box 55631
102 14 Stockholm

BESLUT

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår ansökan om registrering av varumärke med ovanstående nummer med stöd av 19 § andra stycket varumärkeslagen (1960:644).

ÄRENDET

Ärendet avser ansökan om varumärkesregistrering av märket BRA MILJÖVAL för kemikalier för industriell och privat användning, likaså för fotografering, jordbruk, trädgårdsskötsel och skogsbruk; gödningsmedel; förbränningsämnen, i klass 1, målarfärger, fernissor och lacker; bläck och färgpatroner för skrivare och fotokopieringsapparater, i klass 2, tvättmedel; blekmedel; diskmedel; rengörings-, poler-, skur- och slipmedel; tvål; parfyper; eteriska oljor; kosmetika; hårvårdspreparat; tandpulver, -kräm och -pastor; deodoranter och antiperspiranter; bomull och vadd för kosmetisk användning; våtservetter för personligt bruk, i klass 3, oljor och fetter; smörjmedel och -ämnen; bränslen, inkluderande gas, bensin och motorsprit, och belysningsmedel; eldningsolja; kol och briketter; torv; eldningsgas; ljus, i klass 4, bindor och trosskydd; inkontinensblöjor; absorberande bomull och vadd; plåster och förbandsmaterial; bakteriedödande medel; ohyreutrottningspreparat; ogräsutrottningsmedel, i klass 5, databehandlingsutrustning, inkluderande datorer, datamedia, datorminnen; kringutrustning till datorer inkluderande monitorer, modem, webbkameror, skrivare, scanners, faxapparater, tangentbord och datormusar; elektroniska apparater och instrument för tryckning och kopiering; räkneapparater; apparater för sändning eller återgivning av ljud och bilder, inkluderande telefoner och televisionapparater; apparater för inspelning och upptagning av ljud och bilder; digitala böcker och musikfiler; batterier och batteriladdare; el-armaturer; elektriska kontakter; eldsläckningsapparat; elektriska strykjärn; delar och komponenter till samtliga ovannämnda varuslag ingående i klassen, i klass 9, badrumsinstallationer; ugnar och grillar; kyl- och frysskåp; torktumlare; värmepumpar; luftvärmepumpar; värmväxlare; värmepannor; brännare; solfångare (uppvärmning); eldstäder, vedspisar och kaminer; elektriska element; varmvattenberedare; kylapparater och -maskiner; luftkonditioneringsinstallationer och maskiner; lampor; apparater för belysning; ficklampor,

i klass 11, fordon och farkoster; forskaffningsmedel för transport till lands, i luften eller på vatten; däck till fordon, i klass 12, papper och kartong samt produkter därav, ej ingående i andra klasser, inkluderande skriv- och kontorsmaterial, toalettpapper, hushållspapper, torkpapper, pappershanddukar, servetter, pappersnäsdukar, engångsblöjor av papper och cellulosa, pappersdukar; trycksaker inkluderande instruktions- och undervisningsmaterial (ej apparater); fotografier; klister och lim för pappersvaror och hushållsändamål, i klass 16, möbler, i klass 20, vävnader och textila produkter, ej ingående i andra klasser; sängkläder och bordsdukar, i klass 24, kläder, fotbeklädnader, huvudbonader, i klass 25, återförsäljning av el- och värmeleveranser, livsmedel, hushållsprodukter, tvätt- och rengöringsmedel, hushålls- och industrikemikalier, drivmedel och bränslen, vävnader och textila produkter, kläder, fotbeklädnader, huvudbonader, elektronikprodukter samt vitvaror, i klass 35, transport; emballering och förvaring av gods; anordnande av resor, eldistribution, i klass 39, kvalitets- och miljökontroll samt miljömärkning av företag, produkter och tjänster; konsultationer, forskning och utveckling avseende miljöfrågor, i klass 42, utskänkning av mat och dryck; kortvarigt boende, i klass 43.

Ansökan avser kollektivmärke med följande bestämmelser:

Märket får endast användas på och i marknadsföringen av de varor och tjänster för vilka licens beviljats av Svenska Naturskyddsföreningen och under förutsättning att varorna och tjänsterna marknadsförs under det namn som anges i licensen.

Som hinder för märkets registrering har PRV anfört att märket saknar särskiljningsförmåga för sökta varor och tjänster.

Sökanden har i svaromål bestridit att märket saknar särskiljningsförmåga och anför följande:

-Det sökta märket BRA MILJÖVAL utgör en lexikalisk nyskapelse och ordet MILJÖVAL återfinns inte i Svenska Akademiens ordlista eller ordbok.

-En registrering av det sökta märket skulle inte hindra andra näringsidkare att marknadsföra sina varor eller tjänster utifrån ett miljöperspektiv.

-Ett varumärke som består av tecken eller upplysningar vilka dessutom används som reklamslogans är inte uteslutna från registrering (Mål C-517/99 BRAVO, punkten 40).

-Märkets indirekta omsättningskrets är snävare än den normalt informerade och skäligen upplyste konsumenten. Detta eftersom de produkter och tjänster som erhållit en certifiering av Svenska Naturskyddsföreningen i regel är dyrare än övriga produkter på marknaden vilket gör att de attraherar den konsumentgrupp som är informerad om Svenska Naturskyddsföreningens arbete och som söker varor som ur miljösynpunkt är bättre än jämförbara varor. Den direkta omsättningskretsen utgörs av de företag vilka tillhandahåller produkter och tjänster inom de områden för vilka Svenska Naturskyddsföreningen har uppställt kriterier.

Sökanden hävdar vidare att märket, som använts sedan slutet av 1980-talet, förvärvat särskiljningsförmåga och har som stöd för detta ingivit följande bevisning:

- Utdrag från sökandens webbplats där det upplyses om att över 90 procent av tvättmedlen på den svenska marknaden är miljömärkta och att klorutsläppen minskat med över 93 procent sedan Svenska Naturskyddsföreningen började sitt arbete med att miljömärka pappersprodukter.
- Förteckning över miljömärkning från Plast- & Kemiföretagen.
- Kopia på en artikel från Branschföreningen för Industriell och Institutionell hygien där det hänvisas till "Naturskyddsföreningen (Bra Miljöval)".
- Kopia från Svensk Energis energilexikon där rubriken "Bra miljöval el" nämner Svenska Naturskyddsföreningen.
- Utdrag från Kemisk Tekniska Leverantörsförbundets hemsida där det konstateras att många företag idag har sina produkter märkta med antingen "Svanen" eller "Bra Miljöval".
- Utdrag från Stockholms stads webbplats där det konstateras att Bra miljöval-märkningen ofta finns på saker vi använder hemma.
- Utdrag från Falkenbergs kommuns webbplats där det informeras om att "Bra miljöval – falcken talar om att en vara uppfyller Naturskyddsföreningens miljökrav".
- Utdrag från Konsumentverkets webbplats där Bra Miljöval nämns.
- Kopia från Miljövårdsberedningen där det hänvisas till "Svenska Naturskyddsföreningen (Bra Miljöval)" under rubriken Miljöanpassade Inköp.
- Kopior från olika uppslagsverk där begreppet "Bra Miljöval" definieras.
- Kopior från Internetsökningar utförda på sökmotorerna yahoo.se och google.se.
- En Attitude-studie, baserad på intervjuer utförd av Sifo Research International för föreningen KRAVs räkning, avseende olika miljöcertifieringar av produkter och livsmedel. Studien visade att 77 procent av alla utfrågade angav att de kände till Bra Miljöval.
- Sammanställning över antalet licenstagare under åren 2004-2006.
- Sammanställning över antalet certifierade varor och tjänster för året 1992 samt för åren 1995-2006.
- Omsättningssiffror för kemtekniska varor och elleveranser, certifierade av Svenska Naturskyddsföreningen och märkta med Bra Miljöval under åren 2003-2006.
- Kopior på annonskampanjer som har vidtagits av Svenska Naturskyddsföreningens licenstagare.

- En inarbetsundersökning utförd av Brand Eye AB där det framgår att 36 procent av de tillfrågade spontant relaterar orden Bra Miljöval till miljömärkning, Naturskyddsföreningen eller Naturskyddsföreningens miljömärke. 64 procent anser att orden endast får användas efter godkännande från en organisation/företag.

SKÄL

Ett varumärke får enligt 13 § varumärkeslagen registreras endast om det har särskiljningsförmåga. Ett varumärke som uteslutande eller med endast mindre ändring eller tillägg anger varans art, beskaffenhet, mängd, användning, pris eller geografiska ursprung eller tiden för dess framställande, skall inte i och för sig anses ha särskiljningsförmåga.

Vad som ovan angetts gäller även tjänster.

PRV gör följande bedömning:

Inledningsvis konstateras att de varor och tjänster som omfattas av det sökta märket är specialiserade tjänster (klass 42) såväl som varor och tjänster avsedda för masskonsumtion och riktar sig både till genomsnittskonsumenter och professionella användare. Med hänsyn till de berörda varornas och tjänsternas slag, kommer de professionella användarnas medvetenhet att vara hög och genomsnittskonsumenterna kan förväntas vara normalt informerade samt skäligen uppmärksamma och medvetna.

PRV delar inte sökandens uppfattning att ordet MILJÖVAL är en lexikalisk nybildning. Ordet uppfattas direkt av omsättningskretsen som att man, i relation till sökta varor och tjänster, på ett eller annat sätt kan göra ett val med avseende på miljön.

Beträffande argumentet att ordet MILJÖVAL inte återfinns i några ordböcker som en beteckning för de sökta varorna och tjänsterna konstateras att det inte är nödvändigt att märket vid tiden för ansökan används för att beskriva varor eller tjänster som de som ansökan avser. Det är tillräckligt att märket kan användas för sådana ändamål.

När det gäller sökandens argument att tredje man inte har behov av att använda märket i fråga för att beteckna de varor och tjänster som avses i ansökan, måste det observeras att tillämpningen av 13 § i varumärkeslagen inte beror på om det föreligger konkret, aktuellt och tungt vägande behov av att utesluta ensamrätt till ett märke.

Registrering av märken som dessutom används som reklamslogans är inte som sådana uteslutna på grund av sådan användning. Men ett märke som fyller andra funktioner än den som det klassiska märket fyller, har emellertid särskiljningsförmåga endast om det omedelbart kan uppfattas som en upplysning om det kommersiella ursprunget för de berörda varorna och tjänsterna, så att den relevanta omsättningskretsen kan särskilja varumärkesinnehavarens varor och tjänster från dem som har ett annat kommersiellt ursprung.

I det aktuella fallet kommer konsumenten endast att uppfatta märket BRA MILJÖVAL som ett berömmande reklambudskap som syftar till att framhäva de positiva sidorna hos varorna och tjänsterna ifråga, nämligen att man gör ett bra val med tanke på miljön om man väljer sökandens produkter.

Märket BRA MILJÖVAL har i själva verket inga egenskaper utöver den uppenbara berömmande betydelsen, som skulle kunna göra det möjligt för konsumenten att på ett enkelt och direkt sätt komma ihåg det som ett särskiljande varumärke för de angivna varorna och tjänsterna.

Märket saknar således i sin helhet ursprunglig särskiljningsförmåga enligt 13 § varumärkeslagen, i förhållande till de varor och tjänster som ansökan avser.

Sökanden hävdar att märket förvärvat särskiljningsförmåga genom användning. Efter noggrann genomgång av inarbetningsmaterialet har PRV beslutat att inarbetningsmaterialet inte visar att så är fallet.

För att ett varumärke skall anses ha förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning krävs att åtminstone en betydande andel av den relevanta omsättningskretsen uppfattar märket som ett kännetecken från ett specifikt kommersiellt ursprung för de sökta varorna och/eller tjänsterna.

Ingivet material ger inte stöd för att märket BRA MILJÖVAL kommit att för den relevanta omsättningskretsen framstå som ett kännetecken från ett specifikt kommersiellt ursprung för sökta varor och tjänster, huvudsakligen av följande anledningar:

Materialet visar att märket marknadsförts men det framgår inte att den relevanta omsättningskretsen, som ett resultat av denna annonsering, kommit att uppfatta märket som ett distinkt varumärke från ett specifikt kommersiellt ursprung. Hänvisningarna till olika webbplatser och träffar på sökmotorer visar endast att märket förekommer där men inte att sidorna är frekvent konsulterad av den relevanta kundkretsen eller att de kommit att uppfatta märket som ett distinkt varumärke. Dessutom förekommer märket oftast inte heller som det är sökt, utan i ett figurativt utförande.

Beträffande Sifundersökningen konstateras att eftersom det inte framgår vilka frågor som låg till grund för slutsatsen att 77 procent kände till sökandens märke och eftersom det inte redogörs för om uttrycket BRA MILJÖVAL av de tillfrågade uppfattades som ett varumärke kan undersökningen inte anses visa att märket genom användning förvärvat särskiljningsförmåga.

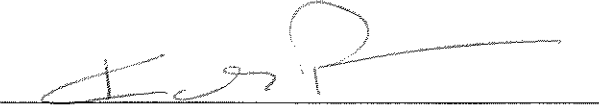
Gällande marknadsundersökningen utförd av Brand Eye AB konstateras att ingen slutsats kan dras utifrån den eftersom man i urvalet endast riktat sig till miljömedvetna konsumenter.

Ingivna omsättningssiffror och sammanställning över antalet licenstagare och antalet certifierade varor visar möjligen att varorna och tjänsterna använts med framgång men inte att märket uppfattas som en källangivelse av omsättningskretsen.

Sammanfattningsvis konstateras att det presenterade materialet inte visar att ordmärket BRA MILJÖVAL till följd av användning har förvärvat särskiljningsförmåga bland omsättningskretsen för de sökta varorna och tjänsterna.

På ovanstående grunder skall ansökan avslås.

Beslutat den 04 MAR 2010



Katy Lundqvist Perrier



Eva Zamel

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 beslutsdagen.