

AVSLAG AV INVÄNDNING

Invändningsärende nr 2011/0079/0001
Er referens: E107VA1SE

Registrering nr 417571

INVÄNDARE

Pour Bon Event AB
Box 5103
402 23 Göteborg

OMBUD

CEGUMARK Aktiebolag c/o Mats Svanberg
Box 53047
400 14 Göteborg

INNEHAVARE

Exp. Patent- och registreringsverket

Koupia AB
Arkivgatan 4
411 34 Göteborg

2013 -04- 22

OMBUD

Advokatfirman Glimstedt AB
Kungsgatan 42
Box 2259
403 14 Göteborg

BESLUT

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår invändningen med ovanstående nummer med stöd av 2 kap. 28 § varumärkeslagen (2010:1877).

ÄRENDET

Invändningen avser varumärket BON med registreringsnummer 417 571, registrerat för restauranger i klass 43.

Invändaren yrkar att innehavarens registrering ska upphävas och anför som grund att märket är förväxlingsbart med följande varumärken och firma:

POURBON

Reg. nr 375643

- Klass 29: Kött, fisk, fjäderfä och vilt; köttextrakt; konserverade, torkade och tillagade frukter och grönsaker; geléer, sylter, fruktkompotter; ägg, mjölk och mjölkprodukter; ätliga oljor och fetter.
- Klass 30: Kaffe, te, kakao, socker, ris, tapioka, sagogryn, kaffeersättning; mjöl och näringspreparat tillverkade av spannmål, bröd, konditorivaror och godsaker,

glass; honung, sirap; jäst, bakpulver; salt, senap; vinäger, såser (smaktillsatser); kryddor; is.

- Klass 31: Jordbruks-, trädgårds- och skogsbruksprodukter samt spannmål, ej ingående i andra klasser; levande djur; färska frukter och grönsaker; fröer och utsäden, levande plantor, växter och blommor; djurfoder, malt.
- Klass 32: Öl; mineral- och kolsyrat vatten samt andra icke alkoholhaltiga drycker; fruktdrycker och -juicer; safter och andra koncentrat för framställning av drycker.
- Klass 41: Undervisning/utbildning; anordnande av handledning/instruktion; underhållning; sport- och idrottsaktiviteter, kulturverksamhet.



Reg. nr. 375644

- Klass 29: Kött, fisk, fjäderfä och vilt; köttextrakt; konserverade, torkade och tillagade frukter och grönsaker; geléer, sylter, fruktkompotter; ägg, mjölk och mjölkprodukter; ätliga oljor och fetter.
- Klass30: Kaffe, te, kakao, socker, ris, tapioka, sagogryn, kaffeersättning; mjöl och näringspreparat tillverkade av spannmål, bröd, konditorivaror och godsaker, glass; honung, sirap; jäst, bakpulver; salt, senap; vinäger, såser (smaktillsatser); kryddor; is.
- Klass31: Jordbruks-, trädgårds- och skogsbruksprodukter samt spannmål, ej ingående i andra klasser; levande djur; färska frukter och grönsaker; fröer och utsäden, levande plantor, växter och blommor; djurfoder, malt.
- Klass 32: Öl; mineral- och kolsyrat vatten samt andra icke alkoholhaltiga drycker; fruktdrycker och -juicer; safter och andra koncentrat för framställning av drycker.
- Klass41: Undervisning/utbildning; anordnande av handledning/instruktion; underhållning; sport- och idrottsaktiviteter, kulturverksamhet.

Pour Bon AB
Firma nr. 556670-1255

Verksamhet: Bolaget ska bedriva restaurangrörelse, äga och förvalta fast egendom, handla med aktier och andra värdepapper samt bedriva därmed förenlig verksamhet.

Till stöd för sin invändning anför invändaren följande. Under varumärket POUR BON bedriver invändaren ett heltäckande koncept i mat och dryck omfattande restaurang-

verksamhet med vinbar, café, catering, evenemang, butik, konditori och bageri. Invändarens idé och styrka med restaurangen POUR BON är att producera allting "inhouse" på ett hantverksmässigt sätt och med en hög kvalitet på råvarorna. Restaurangen POUR BON startade sin verksamhet år 2005 i Göteborg. Restaurangen POUR BON är öppen alla dagar i veckan. Invändaren bedriver en aktiv och stark marknadsföring, inte minst genom annonser i dagspressen och på sin hemsida.

Med anledning av innehavarens användning av varumärket BON har det skett och sker ett stort antal förväxlingar. Invändaren har bland annat fått leverantörsfakturor felaktigt skickade till sig och det förekommer ett stort antal felringningar, vilket torde ske åt respektive håll. Invändaren har i dagsläget cirka 800-1000 cateringkunder och får ofta frågan om POUR BON startat en ny restaurang, detta med hänvisning till sökandes restaurang.

Det sökta märket är identiskt med invändarens märken avseende ordet BON. Förväxlingsrisken framgår särskilt av invändarens registrering POUR BON i figur, vilken klart visar att det är ordet BON som utgör den visuellt och fonetiskt dominerande delen av märket. BON är framförd i fet stil och i versaler. Fonetiskt och associationsmässigt är det ingen skillnad avseende ordet BON, då sökandes märke torde syfta på det franska ordet BON, vilket översatt till svenska betyder "bra".

Vad som sagts ovan avseende märkeslikheten är också tillämpligt vad gäller den anförda firmaregistrering, POUR BON AB.

De motstående märkena är förvisso inte registrerade i samma klass, men de är ur ett varumärkesrättsligt hänseende alltså registrerade för liknande varor och tjänster. Eftersom innehavarens märke är registrerat för "restauranger" i klass 43, har det ett klart samband med invändarens registrerade mat- och dryckesvaror i klasserna 29, 30, 31, och 32. Det torde vara en omöjlighet att inte förknippa matvaror och dryck med restaurangverksamhet.

I fråga om firmaregistreringen, Pour Bon AB, så föreligger det en klar likhet tjänsterna emellan, då bolaget i enlighet med sin verksamhetsbeskrivning skall bedriva restaurangrörelse.

Vidare menar invändaren att principen om den bleknande minnesbilden skall ha en stor betydelse vid förväxlingsbedömningen mellan de motstående märkena, detta eftersom en restaurangs marknadsföring ofta sker genom den så kallade "mun till mun metoden". Som ovan beskrivits har det också "de facto" skett ett stort antal förväxlingar genom felringningar och skickade brev. Det kan också konstateras att vid en Google-sökning på internet, på orden "Bon Göteborg", så hamnar Pour Bon och Bon högst på resultatlistan, vilken lätt leder till förväxlingar.

Innehavaren har bestridit invändningen och angivit följande. Det föreligger inte någon förväxlingsbarhet mellan aktuella kännetecken. Ordet BON i aktuella varumärken betyder "bra" på franska, vilket invändaren inte kan göra gällande ensamrätt på.

Innehavarens varumärke används som beteckning för restaurangverksamhet. I motsats därtill driver invändaren huvudsakligen ett café och konditori med cateringverksamhet, vilket framgår av invändarens egen rubricering på dess webbplats. Invändaren har således inte sökt något skydd i klass 43.

BON, enligt ovan med betydelsen "bra" på franska, torde enligt innehavaren vara närmast suggestivt som kännetecken för restaurangverksamhet. Motsvarande torde också gälla för POUR BON, "för bra". Enligt innehavaren äger dock båda märkena tämligen låg inneboende särskiljningsförmåga, således snävt skyddsomfång, vilket torde påverka förväxlingsbarhetsbedömningen enligt nedan.

Enligt innehavaren föreligger det vidare varken någon bransch- eller märkeslikhet. POUR BON är inte registrerat för restaurangverksamhet i klass 43. Vidare är inte heller märkena i sig förväxlingsbara. Att BON är skrivet i något större typsnitt i figurmärket POUR BON förändrar inte denna ståndpunkt. Innehavaren noterar även att det finns ett förhållandevis stort antal caféer och restauranger i Sverige som använder ordet BON som del i sin firma.

SKÄL

Enligt 2 kap. 8 § första stycket 2 varumärkeslagen får ett varumärke inte registreras om det är identiskt med eller liknar ett äldre varukännetecken för varor eller tjänster av samma eller liknande slag, om det finns en risk för förväxling, inbegripet risken för att användningen av varumärket leder till uppfattningen att det finns ett samband mellan den som använder varumärket och innehavaren av varukännetecknet.

Av 2 kap. 9 § andra punkten varumärkeslagen framgår att de hinder som avses i 2 kap. 8 § första stycket 1-3 ska gälla på motsvarande sätt i fråga om en registrerad firma som används i näringsverksamhet.

Frågan om förväxlingsbarhet ska avgöras vid en helhetsbedömning där samtliga omständigheter av betydelse i sammanhanget ska beaktas, framför allt märkenas likhet samt likheten avseende de varor/tjänster som märkena avser. Om varu- eller tjänsteslagslikhet är för handen ska en bedömning av märkenas visuella, fonetiska och begreppsmässiga/konceptuella likheter göras med utgångspunkt i det helhetsintryck som varumärkena förmedlar med hänsyn till bland annat deras särskiljande och dominerande delar (EU-domstolens dom i mål C-251/95 (Sabel) punkterna 22 och 23). Hänsyn ska även tas till det faktum att genomsnittskonsumenten sällan har möjlighet att göra en direkt jämförelse mellan varumärkena utan måste förlita sig på en oklar minnesbild av märkenas utföranden. (EU-domstolens dom i mål C-342/97 (Lloyd Schuhfabrik Meyer), punkt 26).

PRV gör följande bedömning

Inledningsvis kan konstateras att det föreligger identitet mellan de restaurangtjänster som innehavarens märke BON avser i klass 43 och den restaurangrörelse som invändarens firma Pour Bon AB avser att bedriva enligt verksamhetsbeskrivningen.

Vad gäller varu- och tjänsteslagslikheten mellan innehavarens märke och invändarens åberopade varumärken gör PRV följande bedömning. De varor som invändarens åberopade varumärken avser i klass 29-32 och tjänster i form av restaurangverksamhet som innehavarens märke avser är inte av samma art. Däremot kan restaurangtjänster ha samma avsedda ändamål som en del av produkterna i nämnda klasser, nämligen att erbjuda köparen något ätbart. De aktuella produkterna kan även komplettera varandra genom att en restaurang kan tillverka och erbjuda dessa produkter. Det är därför inte uteslutet att allmänheten kan uppfatta ett kommersiellt samband mellan den som tillverkar och erbjuder varorna bröd, konditorivaror, godsaker och glass i klass 30 och den som tillhandahåller en

restaurangtjänst. Det föreligger därmed en viss likhet mellan ovan utpekade varor och restaurangverksamhet i klass 43 (jfr PBR 10-215, NIRWANA).

Däremot föreligger det endast en låg grad av likhet mellan restaurangtjänster och sådana varor som är av underordnad betydelse vid försäljning av matvaror på restaurang. Sådana tillhörande varor är exempelvis halvfabrikat såsom varorna konserverade, torkade och tillagade frukter och grönsaker, geléer, sylter, fruktkompotter i klass 29, samt tillbehör såsom senap, vinäger och såser i klass 30.


På liknande sätt finns det en låg grad av likhet mellan de drycker som invändarens märke avser i klass 32 och innehavarens restaurangtjänster, då det inte kan uteslutas att bryggerier och andra dryckesproducenter kan komma att saluföra sina drycker i sina egna restauranger under samma varumärke (se T-169/02, NEGRA MODELO/MODELO).

Det råder däremot ingen likhet mellan de åberopade varumärkenas resterande varor i klass 29-31 och innehavarens restaurangtjänster. Eftersom dessa varor är råvaror och baslivsmedel, uppfattar inte omsättningskretsen att restaurangen i fråga står bakom tillverkningen av dessa, även om de skulle vara märkta på samma vis.

De kännetecknen som ska jämföras är följande:

Innehavarens märke:

Invändarens kännetecken:

BON	POURBON
	
	Pour Bon AB

Innehavarens registrering består av ordet BON och invändarens kännetecken av lydelsen POURBON. Ett av invändarens åberopade varumärke är ett figurmärke, var i orden POUR och BON är särskrivna. Även den åberopade firman har en sådan särskrivning. Visuellt och fonetiskt sett råder det likhet mellan det registrerade märket och de motanförda kännetecknen, vad gäller deras efterled BON. Däremot skiljer sig de motstående kännetecknen på så vis att de motanförda rättigheterna innehar förledet POUR.

Ordet BON har, beroende på sammanhang, betydelsen *god, bra, duktig, nyttig, angenäm, lycklig, trevlig, välsmakande* (Nordstedts ordbok, Wordfinder Online 3.0, åtkomst 2013-02-01). Märkesordet POUR BON har betydelsen ”för god”, vilket begreppsmässigt får förstås som ”för någonting gott”. Märkena är därmed begreppsmässigt sett olika.

Det finns alltså en likhet mellan det registrerade märket BON och de åberopade kännetecknen genom deras efterled av samma slag. Även om efterledet i kännetecknen är identiskt distanserar förledet POUR de motstående rättigheterna från varandra, så att helhetsintrycket skiljer sig åt. Detta gäller även det åberopade figurativa märket där POUR uppfattas som en del av märket även om orddelarna står för sig självt. Mot denna bakgrund finner PRV att det endast föreligger en låg grad av likhet märkena emellan.

Märkesordet POURBON har bl.a. betydelsen "för någonting gott". I relation till sådana matvaruslag och sådan restaurangverksamhet som invändarens rättigheter avser är märket ägnat att uppfattas som anspelande på varornas och verksamhetens egenskaper och kvalitet, även om det inte kan sägas vara direkt beskrivande. De äldre rättigheterna har således en begränsad särskiljningsförmåga. I matsammanhang torde det finnas en hög förståelsen av det franska ordet BON, där det används i uttryck som "bon appétit".

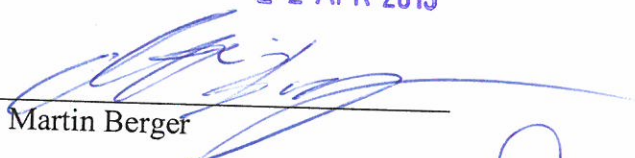
I förevarande fall riktar sig de tjänster och varor, där varu- och tjänsteslagslikhet är för handen, till konsumenter i allmänhet. Dessa kan förväntas vara normalt informerade, samt skäligen uppmärksamma och medvetna.

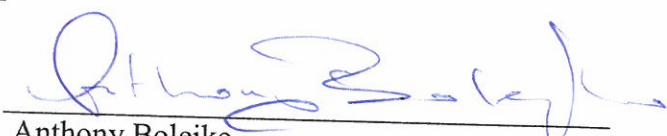
PRV finner vid en sammantagen bedömning, särskilt med beaktande av att den låga märkeslikheten och särskiljningsförmågan, att förväxlingsrisk ej föreligger mellan innehavarens registrering och de motstående kännetecken.

Mot bakgrund av det ovan anförda ska invändningen avslås.

Beslutat den

22 APR 2013


Martin Berger


Anthony Bolejko

HUR BESLUTET ÖVERKLAGAS

Den som vill överklaga beslutet ska göra det skriftligt. Skrivelsen ska vara ställd till Patentbesvärsrätten, men sändas till Patent- och registreringsverket, Box 530, 826 27 Söderhamn. I skrivelsen ska anges det beslut som överklagas och den ändring i beslutet som begärs. Skrivelsen ska ha kommit in till verket **inom två (2) månader** från beslutets dag.