

Kendelsen er berigtiget den 9. september 2010.

På side 1 ændres året for kendelsens afsigelse fra 2009 til 2010.

RESUMÉ:

AN 2009 00031 - MP900391 - ROSHEN <fig> - Forvekslelighed

Indehaver af varemærket MP688261 ROCHER <w> har gjort indsigelse mod den foreløbige registrering af mærket MP900391 ROSHEN <fig> med henvisning til, at mærkerne er forvekslelige, idet der er tale om identiske varer i den ansøgte klasse. Patent- og Varemærkestyrelsen tog indsigelsen til følge og ophævede den foreløbige registrering i sin helhed. Denne afgørelse blev indbragt for Ankenævnet for Patenter og Varemærker, som stadfæstede afgørelsen.

KENDELSE:

År 2010, den 25. august afsagde Ankenævnet for Patenter og Varemærker (Hans Chr. Thomsen, Michael Dorn, Steffen Gulmann og Jens Schovsbo) følgende kendelse i sagen AN 2009 00031

Klage fra Dotchirne pidpriemstvo "Konditerska korporatzia "Roshen"

v/Sandel, Løje & Wallberg

over

Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelse af 15. oktober 2009 vedr. sagen MP900391 ROSHEN <fig>

For:

Ferrero S.P.A., Italien

v/Awapatent A/S

Ankenævnet har behandlet sagen skriftligt.

Ankenævnet udtaler:

Det skal indledningsvist bemærkes, at Ankenævnet ikke har fundet anledning til mundtlig forhandling.

Af de grunde, der er anført af Patent - og Varemærkestyrelsen, og idet det for Ankenævnet fremførte ikke kan føre til et andet resultat, stadfæster Ankenævnet den påklagede afgørelse.

Herefter bestemmes:

Den påklagede afgørelse stadfæstes.

Sagens baggrund:

Den 9. november 2006 notificerede World Intellectual Property Organization (WIPO) Patent- og Varemærkestyrelsen om, at Dotchirne pidpriemstvo "Konditerska korporatzia "Roshen", som indehaver af den internationale registrering MP900391 ROSHEN <fig>, havde designeret Danmark den 20. juni 2006.

Varemærket blev efterfølgende publiceret i Dansk Varemærketidende den 30. januar 2008.

Varemærket omfatter:

Klasse 30: Confectionery, pastry, cookies, biscuits, crackers, candies, chocolate, honey, sugar, bread, ice cream, spicery.

Den 31. marts 2008 gjorde Internationalt Patent-Bureau A/S indsigelse på vegne Ferrero S.P.A. mod gyldigheden af registreringen i Danmark. Indsiger har henvist til Varemærkelovens § 15. Indsiger har begrundet indsigelsen med, at indehavers mærke ROSHEN er forveksleligt med indsigers ordmærke ROCHER, MP688261. Indsigelsen blev yderligere begrundet i brev af 3. juni 2008, hvori indsiger gjorde gældende, at der foreligger såvel varesammenfald som mærkelighed mellem indsigermærket ROCHER og indehavermærket ROSHEN. Mærkerne fremstår således meget ens ud fra de visuelle og auditive indtryk, og der foreligger samtidig identitet mellem de varer, der er omfattet af de to varemærker. Indsiger har endvidere efterfølgende indsendt dokumentation for og forklaring på, at mærket ROCHER er et velkendt varemærke.

Indehaver imødegik i brev af 16. oktober 2008 indsigelsen, og indehaver bestred således, at der er lighed mellem de to mærker ROSHEN og ROCHER, idet det blev anført, at det lydlige og begrebsmæssige indtryk af mærkerne adskiller dem fra hinanden. Ligesom den figurlige udformning af indehavers mærke adskiller dette visuelt fra indsiger mærke. Endelig anførte indehaver, at betegnelsen ROCHER alene ikke er et velkendt varemærke for indsiger, og at det alene er indsigers samlede mærker FERRERO ROCHER, der har opnået denne status.

Den 15. oktober 2009 traf Patent- og Varemærkestyrelsen afgørelse i sagen. Styrelsen tog indsigelsen til følge og ophævede mærket i sin helhed. Afgørelsen blev begrundet med følgende:

"...2. Lovgrundlaget

Ifølge varemærkelovens § 15, stk. 1, nr. 2 er et varemærke udelukket fra registrering, hvis

"der er risiko for forveksling, herunder at det antages, at der er en forbindelse med det ældre varemærke, fordi det yngre mærke er identisk med eller ligner det ældre varemærke, og varerne eller tjenesteydelserne er af samme eller lignende art."

3. Vurdering og konklusion



Indehavers mærke:

(MP612347)

Registreret for:

Klasse 30: "Confectionery, pastry, cookies, biscuits, crackers, candies, chocolate, honey, sugar, bread, ice cream, spicery."

Indsigers mærke:

ROCHER <w>

(MP688261)

Registreret for:

Klasse 30: "Coffee, tea, sugar, rice, tapioca, sago, coffee substitutes; flour and milled cereal products (except for fodder); bread, biscuits, cakes, pastry and confectionery, edible ice; honey, treacle; yeast, baking powder; cooking salt, mustard; pepper, vinegar, sauces; spices; ice for refreshment, cocoa, cocoa products, namely paste for cocoa drinks, chocolate paste, toppings and, particularly, chocolate toppings, chocolate, pralines, chocolate articles for use as Christmas tree decorations, food products consisting of an edible chocolate casing filled with alcohol, sweet products, pastries, including fine and long-life pastries; chewing gum, sugar-free chewing gum, sugar-free sweets."

Indehavers mærke indeholder en gengivelse af et bånd eller banner, hvor ordet ROSHEN er anført. Banneret/båndet er dog en ret simpelt figurlig udformning, og ordet ROSHEN fremtræder synsmæssigt som det dominerende i indehavers mærke. Ordet ROSHEN i indehavers mærke og indsigers mærke ROCHER består begge af seks bogstaver og fremtræder synsmæssigt derfor lige lange. Mærkernes to begyndelsesbogstaver er identiske og i alt fire ud af seks bogstaver er identiske. Der er derfor en vis synsmæssig lighed mellem mærkerne.

På fransk betyder indsigermærket ROCHER "klippe" eller "fjeld", jf. Gyldendals ordbog. ROCHER kan også betyde "kage" eller "bagværk". Det er styrelsens vurdering, at en almindelig oplyst, rimeligt velunderrettet gennemsnitsforbruger i Danmark ikke kender betydningen af ROCHER som en "kage" eller "bagværk". Gennemsnitsforbrugeren vil måske kende betydningen af ROCHER som "klippe" eller "fjeld".

Indehavers mærke ROSHEN ses ikke at have en betydning. Den begrebsmæssige betydning af indsigermærket kan derfor ikke tillægges afgørende vægt ved vurderingen af mærkernes forvekslelighed.

Ved sammenligningen af det lydlige indtryk af mærkerne, er det udgangspunktet, at mærkerne må vurderes ud fra danske udtaleregler. For indsigers mærke ROCHER kan der dog også lægges vægt på den franske udtale, da det ikke kan udelukkes, at betydningen af ROCHER som "klippe" eller "fjeld" på fransk er kendt i Danmark, og at ROCHER som følge heraf også vil blive udtalt på fransk. Indeha-

vers mærke har ikke nogen betydning hverken på dansk eller engelsk, og der er derfor ingen grund til at antage, at mærket i Danmark vil blive udtalt på engelsk, som anført af indehaver.

Både indsigers mærke ROCHER og indehavers mærke ROSHEN udtales med to stavelser, RO og henholdsvis CHER og SHEN. CH og SH udtale på dansk begge ofte "sj", f.eks. i ordene "chef" og "sherif", ligesom navnet Natasja også kan staves Natasha. Hvis ordet ROCHER udtales på fransk ligger udtalen af CH også meget tæt på den danske udtale "sj". Forskellen i udtalen af de to mærker ses altså først og fremmest i det sidste bogstav henholdsvis N og R, der enten udtales meget forskelligt, eller hvis ROCHER udtales på fransk slet ikke udtales. Der er en således en lighed i mærkerne udtale, da de udtales tilnærmelsesvist ens med undtagelse af det sidste bogstav.

Indsiger har under skriftvekslingen anført, at mærket ROCHER er et stærkt indarbejdet mærke, og har indsendt materiale til dokumentation herfor. Materialet omhandler brugen af mærket FERRERO ROCHER og tjener således ikke til dokumentation for, at ROCHER alene er et stærkt mærke. Heller ikke det indsendte materiale, der viser søgeresultater fra søgemaskinen Google, kan dokumentere, at ROCHER alene er velkendt. Styrelsen har derfor ikke tillagt materialet vægt ved vurderingen af styrken af mærket ROCHER.

Både ROCHER og ROSHEN er registreret for varerne "confectionery, pastry, biscuits, chocolate, honey, sugar, bread," i klasse 30. Varerne "cookies, crackers, candies, ice cream, spicery" i indehavers registrering er omfattet af begreberne "biscuits, cakes, confectionery, edible ice, spices" i indsigersregistrering. Der er således fuldstændigt varesammenfald for hele indehavers registrering.

Efter en samlet vurdering af ligheden mellem mærkerne og sammenfaldet af varer, vurderer styrelsen, at mærkerne ROCHER og ROSHEN ligner hinanden i et sådant omfang, at der er risiko for forveksling, herunder risiko for, at der antages en forbindelse mellem mærkerne.

Indsigelsen tages herefter til følge, og designeringen erklæres ugyldig.

Afgørelsen er truffet i medfør af varemærkelovens § 15, stk. 1, nr. 2..."

Denne afgørelse blev ved brev af 14. december 2009 fra indehaver Dotchirne pidpriemstvo "Konditerska korporatzia "Roshen" v/Sandel, Løje & Wallberg indbragt for Ankenævnet for Patenter og Varemærker med følgende påstand:

"... Styrelsens afgørelse af 15. oktober 2009 omgøres, således at den nedlagte indsigelse afvises og designeringen af Danmark under MP900931 ROSHEN (fig) godkendes i sin helhed.

Anbringender

Til støtte for ovennævnte påstand gøres det gældende, at de af indsiger under indsigelsen påberåbte varemærker ikke kan anses som forvekslelige med klagers mærke, idet der ikke foreligger mærkelighed, som påkrævet i henhold til varemærkelovens § 15..."

I brev af 18. januar 2010 blev klagen yderligere begrundet med følgende:

"... Til støtte for vores påstand om omgørelse af Styrelsens afgørelse af 15. oktober 2009, Bilag 1, gøres det gældende, at der ikke foreligger tilstrækkelig forvekslelighed mellem de af indsiger påberåbte varemærker og appellantens mærke, og at indsigelsen derfor burde have været afvist.

Der er simpelthen ikke tilstrækkelige lighedspunkter mellem de to mærker til at mærke-lighed kan statueres. Mærke-lighed vurderes ud fra tre hovedelementer, visuelt, fonetisk og konceptuel lighed.

Visuelt:

I nærværende sag er der tale om et figurmærke overfor et ordmærke. Der skal derfor ved vurderingen af de to mærker overfor hinanden tages hensyn ikke blot til de i mærkerne indeholdte ord/bogstaver, men tillige til det figurlige element i appellants mærke. Dette mærke domineres i øvrigt klart af det figurlige element, uanset at Styrelsen i sin afgørelse betegner banneret som havende en ”ret simpel figurlig udformning”. Hvorvidt et figurligt element er dominerende eller ej, er imidlertid ikke afhængig af, om figurelementet har en simpel udformning eller ej, men derimod af, hvorvidt figurelementet af brugeren opfattes som et kendetegn eller ej. Det vil være tilfældet her.

Den visuelle opfattelse af appellants mærke vil således ikke være funderet i det indeholdte ord, men derimod af helheden, samspillet mellem ord og figurelement. Desuden har det indeholdte ord også i sig selv en figurmæssig udformning, som der ikke kan ses bort fra, idet ordet ikke er skrevet på en lige linie, men derimod følger buen i det omkransende banner. Det kan derfor fastslås, at de to mærker – uanset at der kan være enkelte visuelle fælleselementer mellem indsigers ord og det i appellants figurmærke indeholdte ord - ikke er visuelt forvekslelige, idet appellants mærke indeholder væsentlige elementer, der visuelt adskiller det fra indsigers mærke.

Fonetisk:

Udtalen af de to mærker adskiller sig ligeledes fra hinanden på væsentlige punkter. For det første vil indsigers mærke blive udtalt på fransk, dvs. med tryk på anden stavelse, uden slutkonsonanten R og med en tydelig ”e-lyd” i sidste stavelse. Modsat vil appellants mærke blive udtalt enten på engelsk eller på dansk, hvilket bevirker, at der vil være tryk på første stavelse, at vokalen ”o” nærmest vil blive udtalt som ”å” samt at slutstavelsen vil blive udtalt med typisk svag slutstavelses-e ”øn”

[ro:'ʃe]

overfor

['rɔ:ʃən]

Lydligt adskiller de to mærker sig således ganske betydeligt fra hinanden.

Konceptuelt:

Indsigers mærke, ordet ”rochen”, betyder som bekendt bl.a. ”sten” eller ”klippe” på fransk, en betydning, der er kendt af den almindelige danske forbruger. Betydningen af dette ord i forbindelse med indsigers produkt understøttes da også af det faktum, at indsigers produkter har form som en lille sten, der nærmest er dypet i små stykker grus eller klippe. Markedsføringsmæssigt gør indsigers da også et stort nummer ud af at illudere til bjerg eller klippe, idet produktet meget ofte markedsføres stablet op som et bjerg eller en klippe.

Ordet i appellants mærke derimod, ”roshen” har ikke nogen kendt betydning. Det forhold, at det ene af de to mærker, der skal sammenlignes, har en kendt betydning og det andet ikke, kan neutralisere eventuelle visuelle og/eller fonetiske ligheder, hvilket er fastslået af EF-domstolen i flere forskellige afgørelser:

T-292/01, præmis 53-54:

53:

Hvad endelig angår sammenligningen af de omhandlede varemærker på det betydningsmæssige plan, vækker ordmærket BASS forestillinger om en sangers stemme eller et musikinstrument, mens ordmærket PASH – såfremt den relevante kundekreds tillægger det en klar og bestemt betydning – kan forbindes med det tyske ord »Pasch«, der er navnet på et terningspil. Det kan herefter fastslås for det første, at de to varemærker ikke ligner hinanden på det betydningsmæssige plan.

54:

Det må endvidere antages, at de betydningsmæssige forskelle, der adskiller de to omhandlede varemærker, i vidt omfang kan opveje de visuelle og fonetiske ligheder, der er nævnt ovenfor i præmis 49 og 51. For at der kan blive tale om en sådan opvejning kræves det, at mindst et af de omhandlede varemærker fra den relevante kundekreds' synsvinkel har en klar og bestemt betydning, som denne kundekreds uden videre kan forstå. Som der er blevet redegjort for i ovenstående præmis, er dette tilfældet for ordmærket BASS i nærværende sag. I modsætning til, hvad appelkammeret har anført i den

anfægtede afgørelses punkt 25, afkræftes dette ikke af, at ordmærket ikke betegner nogen egenskab ved de varer, for hvilke registreringen af de omhandlede varemærker er blevet foretaget. Dette forhold forhindrer ikke den relevante kundekreds i uden videre at forstå ordmærkets betydning. Det forhold, at det ikke er sikkert, at ordmærket PASH fra den relevante kundekreds' synsvinkel har en klar og bestemt betydning, som anført ovenfor, fordi terningspillet »Pasch« ikke er kendt af alle, har heller ingen betydning. For i vidt omfang at opveje visuelle og fonetiske ligheder mellem de omhandlede varemærker er det nemlig tilstrækkeligt, at et af de omhandlede mærker har en sådan betydning, såfremt det andet mærke ikke har en sådan betydning eller blot har en helt anden betydning.

T-185/02, præmis 54-58:

54:

Hvad angår den visuelle og fonetiske lighed har sagsøgerne fremhævet, at de omhandlede tegn hver er sammensat af tre stavelser, indeholder de samme vokaler, der er placeret ens og i samme rækkefølge, og at de med undtagelse af henholdsvis bogstaverne »ss« og »r« også indeholder de samme konsonanter, der ligeledes er placeret ens. Endelig er det af særlig betydning, at de to første stavelser samt det sidste bogstav er identiske. Derimod adskiller udtalen af dobbeltkonsonanten »ss« sig meget klart fra udtalen af konsonanten »r«. Heraf følger, at de to tegn visuelt og fonetisk ligner hinanden, men at graden af den fonetiske lighed er lav.

55:

Begrebsmæssigt er ordmærket »PICASSO« særdeles velkendt af den relevante kundekreds, da det er navnet på den berømte maler Pablo Picasso. Ordmærket PICARO kan af spansktalende personer opfattes som bl.a. en henvisning til en personfigur i spansk litteratur, mens det er uden semantisk indhold for den ikke-spansktalende del (flertallet) af den relevante kundekreds. Tegnene ligner således ikke begrebsmæssigt hinanden.

56:

De begrebsmæssige forskelle kan under visse omstændigheder opveje de visuelle og fonetiske ligheder mellem de omhandlede tegn. For at der kan blive tale om en sådan opvejning kræves det, at mindst et af de omhandlede varemærker fra den relevante kundekreds' synsvinkel har en klar og bestemt betydning, som denne kundekreds uden videre kan forstå (BASS-dommen, jf. præmis 53 ovenfor, præmis 54).

57:

Ordmærket »PICASSO« har for den relevante kundekreds et klart og bestemt semantisk indhold. I modsætning til hvad sagsøgerne har anført, påvirkes relevansen af tegnets betydning med henblik på vurderingen af risikoen for forveksling i dette tilfælde ikke af den omstændighed, at denne betydning ikke vedrører de omfattede varer. Maleren Pablo Picasso har nemlig et sådant ry, at det ikke er sandsynligt at antage, at tegnet PICASSO som varemærke for motorkøretøjer – i mangel af konkrete oplysninger om det modsatte – kan overskygge malerens navn i gennemsnitsforbrugerens bevidsthed på en sådan måde, at når denne forbruger bliver konfronteret med tegnet PICASSO i sammenhæng med de pågældende varer, vil han i fremtiden se bort fra tegnets betydning som et navn på maleren og hovedsagelig opfatte det som et varemærke blandt andet for motorkøretøjer.

58:

Heraf følger, at de begrebsmæssige forskelle mellem de omhandlede tegn i denne sag er egnede til at opveje de visuelle og fonetiske ligheder, der er anført i præmis 54 ovenfor.

De anførte eksempler er ikke udtømmende, men giver et billede af den praksis, som EF-domstolen har udstukket omkring netop dette spørgsmål.

Efter en samlet vurdering af visuel, lydlig og konceptuel lighed, må det derfor klart konkluderes, at der ikke foreligger en sådan grad af mærke-lighed, at der kan statueres forvekslelighed mellem indsigers og appellants mærker. Vi henviser i den forbindelse desuden til det i vores indlæg af hhv. 16. oktober 2008 samt 27. marts 2009 anførte, som i det hele opretholdes her.

For god ordens skyld skal vi påpege, at det af indsiger påberåbte mærke ikke kan anses for stærkt indarbejdet og dermed ikke kan nyde nogen form for udvidet beskyttelse. I tilknytning hertil er der også det forhold, at indsiger ikke anvender varemærket ROCHER som varemærke, men derimod altid anvender ordet i sammensætningen med navnet Ferrero og altid som figurmærke, dvs. som FERRERO

ROCHER, jf. det i forbindelse med indsigelsen fremførte og jf. også vedlagte kopi. Den af indsiger påberåbte internationale registrering, nr. 688 261, kan derfor i princippet kræves udslettet i Danmark, da mærket ikke ses at være i brug for de af registreringerne omfattede varer.

På basis af ovenstående samt det under indsigelsessagen anførte skal vi således henstille, at Nævnet omgør Styrelsens afgørelse, således at designeringen af Danmark under international registrering nr. 900 391 ROSHEN (fig) opretholdes i sin helhed...”

Indklagede Ferrero S.P.A. v/Awapatent A/S har ved brev af 16. marts 2010 fremført følgende:

”... Under henvisning til Ankenævnets brev af 18. januar 2010 med indsigers ankebegyndelse, samt supplerende indlæg af 20. januar 2010, skal vi her fremkomme med vores kommentarer.

Indklagedes påstand:

Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelse stadfæstes.

Det fastholdes, at klagers mærke ROSHEN <fig> og indklagedes mærke ROCHER <ord> er forvekslelige.

Vi henviser i den forbindelse til vores tidligere indlæg i sagen, herunder særligt vores argumentation af 3. juni 2008.

Der henvises ligeledes til Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelse, hvoraf bl.a. fremhæves at de sammenlignede mærker begge består af 6 bogstaver, hvoraf de to første bogstaver er identiske og i alt 4 ud af 6 bogstaver er identiske. Endvidere, at hvad enten der anvendes franske eller danske udtaleregler, er det den overordnede opfattelse at det lydige udtryk af de sammenlignede mærker ligger meget tæt. Mærkerne udtales således tilnærmelsesvist ens med undtagelse af det sidste bogstav.

Klager fremfører i sin anke at ROSHEN mærket domineres af det figurlige element, som af brugeren vil blive opfattet som et kendetegn. Vi er som tidligere nævnt ikke enige, idet det forekommer åbenlyst at dette ikke er tilfældet – ROSHEN skrevet med fede bogstaver vil naturligt fremstå som den dominerende del i mærket.

Endvidere fremføres at der ikke er fonetisk lighed mellem mærkerne. Det hævdes at indklagedes mærke vil blive forstået (og dermed udtalt) på fransk. Hertil må vi bemærke, at mærket ROSHEN (udtalt på dansk idet betydningen er ukendt) *ikke* ’adskiller sig ganske betydeligt’ fra ROCHER, hvad enten dette udtales på dansk eller fransk – men at vi desuagtet er uenige i at mærkets franske betydning er kendt i Danmark. Som også udtalt i Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelse, vil gennemsnitsforbrugeren *måske* kende betydningen af ROCHER som ’klippe’, men vi mener ikke at dette er særlig sandsynligt. Generelt er der ikke i Danmark noget godt kendskab til det franske sprog. Selvom mange nok vil kende den engelske oversættelse af ’sten/klippe’, ’rock’, er der ikke nogen særlig nem eller umiddelbart nærliggende kobling til betydningen af det franske ord ’rocher’.

Ovenstående gør klagers henvisninger til tidligere EU-domstolsafgørelser grundløse, da der i nærværende sag *ikke* er tale om to mærker, hvoraf det ene har en kendt betydning og det andet ikke. Vi henviser således til klagers eget fundne eksempel fra T-185/02, præmis 56:

’De begrebsmæssige forskelle kan under visse omstændigheder opveje de visuelle og fonetiske ligheder mellem de omhandlede tegn. For at der kan blive tale om en sådan opvejning kræves det, at mindst et af de omhandlede varemærker fra den relevante kundekreds’ synsvinkel har en klar og bestemt betydning, som denne kundekreds uden videre kan forstå’.

Der er således ikke fremdraget noget relevant eksempel til støtte for klager i nærværende sag.

Vi skal for god ordens skyld her gentage vores henvisning til ECJ afgørelse C-39/97 CANON, hvoraf fremgår, at en lavere grad af lighed mellem to varemærker kan kompenseres af en højere grad af lighed mellem varer og tjenesteydelser, og omvendt. I nærværende sag foreligger der vareidentitet.

Klager har endvidere indsendt tidligere afgørelser fra Storbritannien og Finland, hvor afgørelsen er faldet ud til klagers fordel. Herfra kan henvises til en række modsatte tilfælde, hvor afgørelser er faldet ud til indklagedes fordel, og hvor klagers mærke er blevet afvist til registrering. Det drejer sig om Slovenien, Rumænien, Portugal, Tjekkiet, Kroatien samt Makedonien (kopi vedlagt). I øvrigt må påpeges, at det for nærværende danske sag er særligt relevant at se på dansk og EU- praksis.

På basis af ovenstående skal vi venligst anmode Ankenævnet om at afvise klagers påstand og lade Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelse stå ved magt...”

Den 18. marts 2010 udtalte Patent- og Varemærkestyrelsen følgende:

”... Under behandlingen for Ankenævnet ses der ikke at være fremlagt sådanne nye væsentlige argumenter, at styrelsen har anledning til at ændre opfattelse.

Styrelsen fastholder derfor afgørelsen af 15. oktober 2009 og den under behandlingen fremførte argumentation og vurdering.

Styrelsen skal således henstille til Ankenævnet, at den trufne afgørelse stadfæstes...”

Klager Dotchirne pidpriemstvo ”Konditerska korporatzia ”Roshen” v/Sandel, Løje & Wallberg fremførte ved brev af 26. marts 2010 følgende:

”... Vi forstår på nævnets brev, at vi alene har mulighed for at kommentere Styrelsens udtalelse. Da høringssvaret stort set er uden indhold, er det naturligvis begrænset, hvor meget vi kan kommentere dette. Vi skal dog ikke undlade at bemærke, at det er ganske bemærkelsesværdigt, at Styrelsen på én dag har kunnet gennemgå og vurdere de i forbindelse med selve anken og imødegåelsen heraf indleverede argumenter og det ganske omfattende bilagsmateriale.

Dette indleverede materiale viser bl.a., at lande, der umiddelbart er sammenlignelige med Danmark, når det kommer til udvikling, sprog, kultur etc., som fx Storbritannien og Finland, har fundet, at de omstridte mærker ikke er forvekslelige, hvorimod lande, der ligger langt fra dansk kultur, udvikling og praksis, som fx de af indsiger anførte øst-europæiske lande, har haft en anden opfattelse. Det er klagers opfattelse, at især afgørelser fra lande, som vi normalt sammenligner os med, må veje tungere end afgørelser fra lande med en ganske anden tradition sprogligt og kulturelt.

Vi er således ikke enige med Styrelsen i, at der ikke under ankesagens behandling er fremkommet nye væsentlige argumenter, der kan bidrage til at Styrelsen bør ændre opfattelse.

Endelig skal vi på klagers vegne anmode om, at der afholdes mundtlig forhandling i sagen, jf. Ankenævnsbekendtgørelsen § 11, således at vi får mulighed for mundtligt at redegøre for og forelægge de sproglige aspekter i denne sag...”

Der er ikke modtaget yderligere fra indklagede.

Udskriftens og fotokopiens rigtighed bekræftes.

Ankenævnet for Patenter og Varemærker, 25. august 2010.