



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 19/00148
Dato: 29. april 2020

Klager: Altibox AS
Representert ved: Advokatfirmaet Thommessen AS Oslo

Innklaget: ALTIBOXS AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:

Lill Anita Grimstad, Liv Turid Myrstad og Ulla Wennermark

har kommet fram til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 28. august 2019, hvor Patentstyret etter krav om administrativ overprøving opprettholdt registreringen av foretaksnavnet ALTIBOXS AS.

3 Foretaksnavnet ALTIBOXS, organisasjonsnummer 920 799 280, ble registrert i Enhetsregisteret den 3. mai 2018 og har følgende næringskode:

52.100 Lagring

4 Altibox AS leverte den 20. februar 2019 krav om administrativ overprøving begrunnet med at foretaksnavnet ALTIBOXS AS er egnet til å forveksles etter foretaksnavneloven § 2-6 nr. 4 med kravstillerens varemerkeregistreringer med bedre prioritet:

- Registrering nr. 256421, ordmerket ALTIBOX:
- Registrering nr. 236654, det følgende kombinerte merket ALTIBOX:



Begge registreringene har følgende varefortegnelse:

Klasse 9: Apparater for opptak, overføring og gjengivelse av lyd og bilder; deler og tilbehør til forannevnte varer.

Klasse 38: Telekommunikasjonsvirksomhet; informasjon om telekommunikasjon; internettvirksomhet; dataassistert overføring av beskjeder og bilder; elektronisk postoverføring; kommunikasjon ved kabelnettverk; kommunikasjon ved optisk fibernettverk; tilbydelse av telekommunikasjonstilgang til et globalt computernettverk; telefontjenester; mobiltelefontjenester; sending av radio- og fjernsynsprogram.

Klasse 42: Vitenskapelige og teknologiske tjenester og forskning og utvikling relatert dertil; industriell analyse og forskning; design og utvikling av datamaskiner og dataprogrammer.

Klasse 45: Sikkerhetstjenester for beskyttelse av eiendom og enkeltmennesker; overvåkning av tyveri- og innbruddsalarmer.

5 Klage på Patentstyrets avgjørelse innkom 28. oktober 2019. Patentstyret har vurdert klagen, og ikke funnet det klart at den ville føre frem. Klagen ble deretter oversendt Klagenemnda for videre behandling den 4. desember 2019, jf. foretaksnavneloven § 3-7 fjerde ledd.

6 Grunnene for Patentstyrets vedtak er oppsummert som følger:

- Patentstyret kom til at ALTIBOXS ikke er egnet til å forveksles med kravstillerens varemerkeregistreringer nr. 256421 og 236654. Patentstyret fant heller ikke at ALTIBOX var velkjent, og kunne uansett ikke se at det forelå risiko for assosiasjon. ALTIBOXS AS er ikke registrert i strid med foretaksnavneloven § 2-6 nr. 4, og oppheves dermed ikke, jf. foretaksnavneloven § 3-6.
- Spørsmålet om foretaksnavnet ALTIBOXS AS er egnet til å forveksles med kravstillerens varemerkeregistreringer beror på en helhetsvurdering av bransjelikheten og kjennetegnslikheten.
- Når det gjelder bransjelikhet, er innklagede registrert med næringskoden «52.100 Lagring», mens det vedtektsfestede formålet er «utleie av lagerplass til private og bedrifter og all tilhørende virksomhet knyttet til dette, samt investere og delta i andre selskaper med et hvilket som helst formål eller i fast eiendom». Videre er det sendt inn dokumentasjon som bekrefter at innklagede driver med utleie av minilager av containere.
- Kravstillers varer og tjenester i klasse 9, 38 og 42 er ulike virksomheten til innklagede.
- Selv om sikkerhetstjenester for beskyttelse av eiendom og overvåkning av alarmer i klasse 45 og utleievirksomhet av minilager av containere begge kan omfatte overvåkning, er dette tjenester av en ulik art. Det karakteristiske ved kravstillers tjenester i klasse 45, er at de etter sin art gjelder sikkerhet for at fast eiendom og gjenstander/løsøre ikke skal bli stjålet eller utsatt for skade, mens utleievirksomheten gjelder oppbevaringsplass for gjenstander. Videre er ikke kravstillers tjenester og innklagedes virksomhet vanligvis komplementære eller i konkurranse med hverandre, og det er ingen holdepunkter for å legge til grunn at tjenestene leveres gjennom de samme distribusjonskanalene.
- Det foreligger ikke bransjelikhet, jf. foretaksnavneloven § 3-3 første ledd. Da vilkåret om bransjelikhet ikke er oppfylt, vil foretaksnavnet ikke være egnet til å forveksles med kravstillerens varemerkeregistreringer nr. 256421 og 236654. Det er følgelig ikke nødvendig for Patentstyret å ta stilling til om det foreligger kjennetegnslikhet.
- Videre vurderte Patentstyret om kravstillers varemerkeregistreringer er velkjente, jf. varemerkeloven § 4 andre ledd. Patentstyret finner ikke å kunne vektlegge dokumentasjonen som viser bruk og som viser salgs- og markedsføringsaktiviteter. Bruken viser ikke hvor intensiv markedsføringen har vært, hvor langvarig bruken har vært, den konkrete geografiske spredning, hvor store investeringene har vært, eller hvilket tidsrom bruken gjelder. Det er heller ikke sendt inn sammenlignbare tall fra andre store markedsaktører eller oversikt over hvor mye markedsføring man har fått for beløpet.
- Dokumentasjonen viser imidlertid at kravstiller har en markedsandel for bredbånd på ca. 23 % i 2018 og for overføring av TV ca. 17 % i 2018. Kravstillers markedsandel peker i retning av at ALTIBOX kan ha oppnådd vern som velkjent merke i Norge, men økningen fra

henholdsvis 8,7 % og 5,8 % i 2009 viser at kravstillers markedsposisjon har blitt sterk relativt nylig. Etter en helhetsvurdering kan ikke merket anses velkjent.

- Forutsatt at kravstillers merke er velkjent, er Patentstyret uansett i tvil om hvorvidt det foreligger en assosiasjonsrisiko.
- Både ALTIBOX og ALTIBOXS AS er bygget opp av ordelementene «alt i boks», som er et relativt vanlig uttrykk for å angi at alt er klart. Det iboende særpreget til ALTIBOX er ikke særlig høyt. Merketeksten kan oppfattes som at man får alt i én TV-/Internett-boks, og vil kunne fungere som et salgsfremmende uttrykk som uttrykker at man lett får «alt i boks».
- Avstanden mellom de aktuelle tjenestene må også tillegges vekt i vurderingen om det foreligger risiko for assosiasjon, og det foreligger en meget stor avstand mellom levering av Internett-/TV-signaler, som det må tas utgangspunkt i, og levering av minilager av containere. Foretaksnavnet ALTIBOXS AS, i bruk for minilager av containere, vil derimot oppfattes som at man kan lagre alt i én container-boks. Denne umiddelbare assosiasjonen vil kunne overskygge assosiasjonen til varemerket ALTIBOX.
- De nevnte momenter tilsier at det ikke vil oppstå noen assosiasjonsrisiko mellom ALTIBOX og foretaksnavnet ALTIBOXS AS.

7 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Patentstyrets avgjørelse påklages. Klager anfører at ALTIBOXS AS er egnet til å forveksles med klagers varemerker, og at registreringen av foretaksnavnet er ugyldig og må oppheves, jf. foretaksnavneloven § 3-6, jf. § 2-6 nr. 4. Det anføres at klagers varemerke ALTIBOX er velkjent i Norge, og at bruk av ALTIBOXS AS vil innebære en urimelig utnyttelse eller skade på klagers varemerke, jf. varemerkeloven § 4 andre ledd.
- Foretaksnavneloven § 2-6 nr. 4 skal forstås som en generell henvisning til varemerkeloven, jf. Rt. 2004 side 1636. Reglene om velkjente varemerker (kodakvern) etter varemerkeloven § 4 andre ledd vil derfor komme til anvendelse dersom vilkårene for øvrig er oppfylt.
- Det er ikke korrekt av Patentstyret å vurdere bransjelikhet. Det er ikke nødvendig å påvise bransjelikhet, fordi varemerket ALTIBOX er velkjent, jf. varemerkeloven § 4 andre ledd.
- Klagers merke er velkjent. Klager har nedlagt en betydelig innsats i markedsføring og eksponering av varemerke Altibox, og dette har medført at markedsandelen gradvis har økt siden etableringen i 2009, hvor klager hadde en markedsandel på 23,1 % av bredbåndsmarkedet og 17,4 % av TV-markedet i 2018. Klager er således blant de tre største aktørene i markedet.
- I tillegg til dokumentasjonen fremsatt overfor Patentstyret, fremlegges det ytterligere dokumentasjon for Klagenemnda. Det fremlegges blant annet eksempler på annonsering på Facebook og Google Ads, oversikt fra OMG Oculos AS over eksponering på Facebook, rapport over direkte markedsføring i som VG, Dagens Næringsliv og Dagbladet i perioden

2016-2019 hvor annonseringen er knyttet til merkevarebyggende kampanjer, eksempler på annonsering gjennom TV- og kinoreklamer, oversikt over klagers samarbeidspartnere med geografisk spredning og eksempler på annonsering fra ulike samarbeidspartnere. Klager viser også til at markedsføringen knyttet til Eliteserien i fotball, som også ble fremlagt for Patentstyret, har skjedd i store landsdekkende medier som Eurosport (Discovery) med 400 000 seere og VG som har over 2 millioner daglige lesere. Videre fremlegges markedsundersøkelser av Penetrace AS, utført hvert kvartal siden 2014. I undersøkelsene, hvor det er mellom 1 500-2 000 respondenter hvert kvartal, er det brukt spørreskjema som måler hjulpet og uhjulpet kjennskap til klagers varemerke. Det fremheves at uhjulpen kjennskap har økt fra 21 % i første kvartal 2014 til 36 % i fjerde kvartal 2019, og at hjulpen kjennskap i samme periode har økt fra 64 % til 80 %. Klager vant i tillegg i 2019 EPSI undersøkelsen for kundetilfredshet for tiende året på rad.

- Når det gjelder sammenlignbare tall på markedsføringsinvesteringer fra andre store markedsaktører som Patentstyret viste til, bemerker klager at de ikke har kjennskap til hvilke beløp andre aktører bruker på markedsføring. Klager mener slike tall imidlertid ikke er avgjørende, da den høye markedsandelen tilsier hvilken virkning klagers egen markedsføring har hatt.
- Klagers varemerke er velkjent og har derfor et utvidet vern, jf. varemerkeloven § 4 andre ledd. Det anføres videre at det foreligger en klar risiko for assosiering, og at Patentstyrets vurdering på dette punkt er feil.
- Innklagede har anført at de bruker AltiBoxs Minilager i sin markedsføring. Det registrerte foretaksnavnet er imidlertid ALTIBOXS AS, og ikke AltiBoxs Minilager. Vurderingen av om foretaksnavnet skal oppheves i medhold av foretaksnavneloven § 3-6 første ledd første punktum, jf. § 2-6 nr. 4, skal gjøres ut fra foretaksnavnet slik det er registrert.
- Både klager og innklagedes omsetningskrets retter seg mot så å si hele den voksne del av befolkningen.
- Patentstyrets vurdering av at «alt i boks» er et relativt vanlig uttrykk for å angi at alt er klart, og at det iboende særpreget til sammenstillingen Altibox ikke er særlig høyt for levering av Internett- og TV-signaler, er feilslått. Selv om graden av særpreg muligens ikke var veldig høy på søknadstidspunktet i 2010, tilsier dokumentasjonen at det har skjedd en omfattende og kraftig innarbeidelse av varemerket som har medført at det har blitt velkjent, og at merket i dag har et sterkt særpreg.
- Selv om klager ikke er uenig i at avstanden mellom de aktuelle tjenestene kan ha betydning i vurderingen, er klagers varemerke så velkjent at det er beskyttet mot bruk for andre tjenesteslag selv om disse ligger et stykke unna tjenestene som det velkjente merket er registrert eller brukes for, fordi omsetningskretsen vil assosiere identiske eller tilnærmet identiske merker med det velkjente merket uavhengig av hvilke varer eller tjenester identiske eller tilnærmet identiske merker brukes for. Når likheten mellom klagers varemerke og foretaksnavnet er så stor som her, de er for alle praktiske formål identiske, fremstår det som

sannsynlig at omsetningskretsen vil assosiere foretaksnavnet med klagers varemerke selv om foretaksnavnet brukes for lagertjenester.

- Klagers merke har en blikkfangeffekt og utløser umiddelbart en assosiasjon til de tjenester klager er kjent for, nemlig tjenester innen Internett, tv, og telefoni. Det er en forventning i omsetningskretsen om at tjenestene som markedsføres under dette merket har en forbindelse til klager som er ansvarlig for deres kvalitet. Foretaksnavnet og bruk av dette i innklagedes markedsføring vil bidra til å svekke blikkfangereffekten til klagers varemerke. I tillegg vil bruk av foretaksnavnet medføre at innklagede drar en urimelig fordel av klagers rettigheter og den goodwill som ligger i varemerket Altibox.
- Klagers varemerker oppfyller vilkårene i § 4 andre ledd, og har dermed vern etter varemerkeloven. Foretaksnavnet vil dermed være egnet til å forveksles med et varekjennetegn som etter varemerkeloven har vern med eldre rett, jf. foretaksnavneloven § 2-6 nr. 4, og må oppheves, jf. § 3-6 første ledd.
- Det kreves i tillegg sakskostnader på kr. 34 400,- for behandlingen av klagesaken, jf. patentstyrelova § 9. Fordelingen fremgår av sakens dokumenter.

8 Innklagede har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Innklagede er selvprosederende part.
- Innklagede reagerer på at et så stort selskap som Altibox AS går etter liten aktør med påstander om at firmanavn, varemerke og domenenavn er registrert i onde hensikter.
- Innklagede driver lagerutleie, herunder minilager av containere, hvilket ligger langt unna klagers bransje og de varer og tjenester som varemerkene gjelder. Tjenestene er ikke overlappende eller likeartet, og det er ingen holdepunkter for at det foreligger bransjelikhet. Det er heller ikke dokumentert noe som tilsier at klager driver med sikkerhetstjenester i klasse 45.
- Foretaksnavnet er ikke fonetisk identisk med klagers varemerker, da innklagede markedsfører sine tjenester som Altiboxs Minilager. Det fremstår som lite sannsynlig at omsetningskretsen vil assosiere innklagedes lagertjenester med klagers produkter og tjenester.
- Innklagede har krevd sakskostnader, uten at det er fremlagt dokumentasjon på kravet.

9 Klagenemnda skal uttale:

10 Klagenemnda er kommet til samme resultat som Patentstyret.

- 11 Klagenemnda skal ta stilling til om foretaksnavnet ALTIBOXS AS er registrert i strid med klagers eldre rettigheter, jf. foretaksnavneloven § 2-6 nr. 4, og derfor må oppheves, jf. foretaksnavneloven § 3-6 første ledd.
- 12 Etter foretaksnavneloven § 2-6 nr. 4 må et foretaksnavn ikke være «egnet til å forveksles med et varekjennetegn som etter varemerkeloven har vern med eldre rett». Det er ikke omtvistet i saken at klager har en klar kjennetegnsmessig prioritet foran innklagedes foretaksnavn.
- 13 Klager har anført flere tidligere registreringer som må anses registreringshindrende for innklagedes foretaksnavn. Klager har anført at ALTIBOX er velkjent og har vern etter varemerkeloven § 4 andre ledd.
- 14 Klagenemnda bemerker at foretaksnavneloven § 2-6 nr. 4 må forstås som en henvisning til både varemerkeloven § 4 første og andre ledd. Vurderingen som må foretas vil derfor måtte bero på hvilket vern den eldre varemerkeretten har, sml. tilsvarende i foretaksnavneloven § 3-3 første og andre ledd. I denne saken, hvor klager har anført at ALTIBOX er velkjent, må vurderingen dermed foretas etter varemerkeloven § 4 andre ledd. Dette betyr at det ikke er nødvendig å påvise bransjelikhet, jf. Ot.prp.nr. 50 (1984-1985) s. 95.
- 15 Varemerkeloven § 4 andre ledd lyder:

«For et varemerke som er velkjent her i riket, innebærer varemerkeretten at ingen uten samtykke fra merkehaveren kan bruke et tegn som er identisk med eller ligner varemerket for varer eller tjenester av samme eller annet slag, hvis bruken ville medføre en urimelig utnyttelse av eller skade på det velkjente varemerkes særpreg eller anseelse (goodwill)».

- 16 I vilkåret «velkjent» ligger det ifølge juridisk teori at det kreves «et visst bekjenthetsnivå», jf. Lassen/Stenvik (2011) side 369. Det ligger implisitt at kjennetegnet må være innarbeidet - i motsatt fall er det lite sannsynlig at det skulle være «velkjent», se side 370. For å finne at det skulle være velkjent, må man likevel kreve noe mer - merket må ha «en goodwillverdi [...] ut over den som innarbeidede varemerker gjerne har». Merket må være kjent som et kjennetegn - ikke som et generisk navn på en vare/tjeneste. Vilkaaret om at et varemerke er «velkjent», er oppfylt når merket er «kendt af en betydelig del af den offentlighed, der er relevant for de varer eller tjenesteydelser, der er dekket af dette mærke», og i så henseende i en «væsentlig del af» riket, jf. EU-domstolens avgjørelse i C-375/97, Chevy, avsnitt 26 og 28. Det må tas hensyn til alle relevante omstendigheter, eksempelvis den geografiske utstrekningen av bruken, varigheten av bruken og merkets markedsandel, jf. samme avgjørelse avsnitt 27. Klagenemnda bemerker at det ikke er intensiviteten av markedsføringen som i seg selv er avgjørende, men hvilken virkning bruken av merket har hatt overfor den relevante omsetningskretsen, jf. HR-2005-1905-A, Gule sider, avsnitt 54. Den brede skjønnsmessige helhetsvurderingen som EU-domstolen gir anvisning på, sikrer stor fleksibilitet ved praktiseringen av kodakbeskyttelsen, jf. Lassen/Stenvik (2011) side 369.

- 17 For Klagenemnda er det sendt inn betraktelig mer dokumentasjon for at klagers varemerke er velkjent, og saken står bevismessig i en annen stilling enn det den gjorde for Patentstyret.
- 18 I helhetsvurderingen av den innsendte dokumentasjonen, tar Klagenemnda utgangspunkt i klagers markedsandeler. Den dokumenterte markedsandelen viser en jevn og solid økning fra etableringen i 2009 til 2018, med en andel i 2018 på 23,1 % av bredbåndsmarkedet og 17,4 % av TV-markedet i 2018.
- 19 Klager har således i løpet av kort tid etablert seg som én av tre største aktørene i innenfor TV/Internett-markedet, og slik Klagenemnda vurderer den øvrige dokumentasjonen, er dette et resultat av klagers innsats ved å markedsføre og eksponere ALTIBOX som varemerke for TV/Internett-tjenester fra én tilbyder. Denne innsatsen er dokumentert gjennom flere eksempler på annonseringer, merkevarebyggende kampanjer og samarbeidsavtaler, herunder markedsføringsbudsjetter og eksponeringstall, og viser hvordan og i hvilket omfang omsetningskretsen har blitt eksponert for ALTIBOX som en tilbyder av TV/Internett-tjenester. Den omstendighet at klager ti år på rad har toppet EPSI undersøkelsen for kundetilfredshet sier også noe om en opparbeidet goodwill-verdi.
- 20 Klagers markedsandeler, sammenholdt med den øvrige dokumentasjonen, tilsier etter Klagenemndas vurdering at bruken av ALTIBOX som varemerke har hatt den virkning at det er «velkjent» her i riket for TV/Internett-tjenester, jf. varemerkeloven § 4 andre ledd.
- 21 Spørsmålet som må vurderes er om det foreligger en risiko for assosiasjon mellom det yngre foretaksnavnet ALTIBOX AS og det eldre, velkjente varemerket ALTIBOX, og om denne assosiasjonen vil medføre en urimelig utnyttelse av eller skade på det velkjente varemerkes særpreg eller anseelse.
- 22 Hvorvidt det foreligger en assosiasjonsrisiko, beror på en konkret helhetsvurdering hvor kjennetegnslighet, vareslagslikhet (avstanden mellom de aktuelle tjenestene) og graden av hvor velkjent og særpreget klagers merke er, vil være momenter i vurderingen, jf. C-136/08, Japan Tobacco v OHIM, avsnitt 26. Av EU-domstolens avgjørelse i sak C-552/09, Ferrero v OHIM, avsnitt 52, følger det at grunnlaget for vurdering av kjennetegnslighet etter § 4 andre ledd, i likhet med en tradisjonell forvekselbarhetsvurdering, skal være en visuell, fonetisk og konseptuell sammenligning av de aktuelle merkene som helhet.
- 23 Også her må den konkrete sammenligningen av likheten mellom merkene, i henhold til rettspraksis, skje i lys av hvor særpreget det eldste merket er. Et merke med stor grad av særpreg, enten iboende særpreg eller gjennom bruk, vil ha en større beskyttelsessfære enn et merke med mindre særpreg, jf. EU-domstolens uttalelser i C-251/05, Sabel/Puma, avsnitt 24 og C-39/97, Canon/Metro-Goldwyn-Mayer, avsnitt 18.
- 24 Gjennomsnittsforbrukeren for de relevante varene og tjenestene vil både være profesjonelle næringsdrivende og private sluttbrukere. Gjennomsnittsforbrukeren skal anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. sak C-210/96, Gut Springenheide.

25 Merkene som skal vurderes opp mot hverandre er de følgende:

Innklagedes foretaksnavn	Klagers velkjente merke
ALTIBOXS AS	ALTIBOX

- 26 Ordet ALTIBOX for TV/Internett-tjenester, som klagers ordmerke er velkjent for, fremstår svakt suggestivt og må anses å ha et lavt iboende særpreg. Selv om graden av særpreg er styrket gjennom en bruk som har gjort ALTIBOX velkjent for visse typer tjenester, kan det likevel ikke legges til grunn at klagers merker har den samme beskyttelsessfæren som et velkjent varemerke med et iboende sterkt særpreg.
- 27 Merkene er fonetisk og visuelt tilnærmet identisk. Begge merkene gir også assosiasjoner til noe som er samlet – «alt i en boks». Merkene har likevel en konseptuell forskjell. Selv om ALTIBOX er velkjent for levering av TV/Internett-tjenester, vil det fortsatt henlede tanken til at alt er samlet i én TV-/Internett-boks. Foretaksnavnet ALTIBOXS AS, når det anvendes for minilager av containere, vil derimot henlede tanken til at man kan lagre alt i én container-boks.
- 28 Selv om merkene fonetisk og visuelt er tilnærmet identisk, er ikke dette tilstrekkelig til at det vil oppstå en assosiasjon i lovens forstand til klagers velkjente merke når gjennomsnittsforbrukeren møter foretaksnavnet ALTIBOXS AS benyttet for container-/minilager. I vurderingen må det også legges vekt på avstanden mellom de aktuelle tjenestene. Dette er også et moment som er trukket frem i forarbeidene til foretaksnavneloven § 2-6 nr. 4, hvor det fremgår at det «må også foreligge sammenstøt mellom bruksområdene for kjennetegnene», Ot.prp.nr. 50 (1984-1985) s. 95. Dette tilsier at avstanden/nærheten mellom tjenestene og virksomheten er et viktig moment i vurderingen som Klagenemnda må foreta i denne saken.
- 29 Etter Klagenemndas oppfatning er avstanden mellom utleie av container-/minilager på den ene siden og de TV/Internett-tjenester som klagers varemerker er velkjent for, med de ulike assosiasjonene som merkene gir, meget stor. Dette sammenfaller med Patentstyrets begrunnelse. Klagenemnda viser til at dette er tjenester av en ulik art og formål, som ikke er i konkurranse med hverandre, og som markedsføres og distribueres gjennom ulike kanaler. Det vil dermed ikke foreligge noen form for sammenstøt mellom bruksområdene.
- 30 Etter en helhetsvurdering har Klagenemnda kommet til at det ikke vil oppstå en assosiasjon til klagers velkjente merke når gjennomsnittsforbrukeren møter foretaksnavnet ALTIBOXS AS benyttet for container-/minilager. Velkjente merker har et vern som strekker seg utover de varer og tjenester som merket er registrert eller innarbeidet for, men dette medfører ikke at velkjente merker har vern for alle varer og tjenester som sådan. I nærværende sak kan ikke Klagenemnda se at klagers merke er så særpreget og dokumentert velkjent at gjennomsnitts-

forbrukeren vil assosiere tilnærmet identiske merker med det velkjente merket, uavhengig av hvilke varer eller tjenester det anvendes for, slik klager har anført. Etter Klagenemndas oppfatning tilsier graden av særpreg i klagers velkjente merke, den store avstanden mellom klagers tjenester og innklagedes virksomhet, og at bruken av ALTIBOX og ALTIBOXS vil henlede tankene i ulike retninger, at det ikke foreligger en risiko for assosiasjon etter varemerkeloven § 4 andre ledd.

- 31 Når det ikke vil foreligge en risiko for assosiasjon mellom foretaksnavnet ALTIBOXS AS og det velkjente merket ALTIBOX, vil det heller ikke foreligge en urimelig utnyttelse av eller skade på det velkjente varemerkes særpreg eller anseelse, jf. varemerkeloven § 4 andre ledd. Siden det ikke foreligger en risiko for assosiasjon, vil det heller ikke foreligge en risiko for forveksling etter § 4 første ledd.
- 32 Ettersom vilkårene etter varemerkeloven § 4 første og/eller andre ledd ikke er oppfylt, vil ikke registreringen av foretaksnavnet ALTIBOXS AS være i strid med foretaksnavneloven § 2-6 nr. 4.
- 33 Foretaksnavnet ALTIBOX AS krenker dermed ikke klagers eldre og/eller velkjente varemerkeregistreringer nr. 256421 og 236654, og registreringen av foretaksnavnet må derfor opprettholdes, jf. foretaksnavneloven § 3-6. Klagen blir derfor å forkaste.
- 34 Innklagede har fått medhold i saken fullt ut. Det er ikke fremlagt kostnadsoppgave, og Klagenemnda finner dermed ikke grunnlag for å tilkjenne sakskostnader.

Det avses slik

Slutning

- 1 Klagen forkastes.
- 2 Foretaksnavnet ALTIBOXS AS, organisasjonsnummer 920 799 280, opprettholdes.

Lill Anita Grimstad
(sign.)

Liv Turid Myrstad
(sign.)

Ulla Wennermark
(sign.)