



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

GAVGJØRELSE

Sak: 21/00077
Dato: 23. september 2021

Klager: Nosio S.p.A.
Representert ved: Onsagers AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:

Elisabeth Ohm, Ulla Wennermark og Liv Turid O. Myrstad

har kommet fram til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 9. april 2021, hvor ordmerket FEUDO ARANCIO, internasjonal registrering nr. 1063971, med søknadsnummer 201805779, ble nektet virkning for følgende varer:

Klasse 33: Alcoholic beverages.

- 3 Varemerket ble nektet virkning som følge av at det ble ansett å være forvekselbart med eldre internasjonal registrering nr. 470950, ordmerket GRAN FEUDO, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b.

- 4 Internasjonal registrering nr. 470950, ordmerket GRAN FEUDO, er gitt virkning for følgende varer:

Klasse 33: Wines, spirits and liqueurs.

- 5 Klage innkom 8. juni 2021. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble deretter oversendt Klagenemnda for videre behandling den 28. juni 2021, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

6 Grunnene for Patentstyrets vedtak er oppsummert som følger:

- Det foreligger fare for forveksling mellom det yngre ordmerket FEUDO ARANCIO og det motholdte ordmerket GRAN FEUDO for de omsøkte varene i klasse 33, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a og § 4 første ledd bokstav b.
- De aktuelle varene i klasse 33 retter seg både mot private sluttbrukere og næringsdrivende. Oppmerksomhetsnivået i omsetningskretsen er varierende for de aktuelle varene, da disse varierer i pris, kvalitet og bruk.
- Merkene gjelder for identiske varer i klasse 33 – dette er heller ikke bestridt.
- Begge merkene består av ordet FEUDO, som kan oversettes til «gods, len eller stor jordeiendom» fra italiensk. Omsetningskretsen for varene er svært stor, da den i praksis omfatter hele den voksne befolkningen i Norge. En vesentlig del av omsetningskretsen behersker ikke italiensk, noe som må tas i betraktning i forvekselbarhetsvurderingen. Det er heller ikke sannsynlig at den norske gjennomsnittsforkbrukeren vil koble ordet FEUDO til det engelske ordet «feudal» eller det norske ordet «føydal». Skulle man likevel koble FEUDO til føydalisme eller middelalderens lensvesen, er det lite sannsynlig at ordet vil oppfattes som en angivelse av hvor vinen kommer fra. Tilsvarende ord på norsk og engelsk brukes ikke som en betegnelse for gård eller jordeiendom i dag.

- At det finnes enkelte viner i utvalget til Vinmonopolet med ordet FEUDO, er heller ikke avgjørende. FEUDO er i så måte ikke sammenlignbart med det franske ordet «chateau», som er et vanlig fransk ord for vingård. Ifølge Ordnett.no er ikke FEUDO et hverdagslig ord for gård eller jordeiendom, og betegnes som «historisk» og i «figurlig overført betydning».
- FEUDO vil dermed bli forstått av den norske omsetningskretsen som et fantasiord, uten bestemt betydning.
- GRAN i det eldre merket ligner på det italienske og spanske ordet «grande», og det norske og engelske «grand», mens ordet ARANCIO i innehavers merke, som betyr «appelsin/appelsintre» på italiensk, er det mer sannsynlig at norske forbrukere vil forstå betydningen av. Disse ordene fremstår dermed som beskrivende for de aktuelle varene, og må tillegges mindre vekt i helhetsvurderingen av merkene.
- På grunn av at FEUDO vil oppfattes som et fantasiord, vil ikke den norske gjennomsnittsforkbrukeren oppfatte merkene med to ulike helhetlige uttrykk, henholdsvis «stort/storslagent gods/jordeiendom» og «appelsingodset». FEUDO fremstår som dominerende for merkene helhetsinntrykk.
- Etter en konkret helhetsvurdering, hvor både vare- og kjennetegnslikheten er tatt i betraktning, foreligger det en risiko for forveksling mellom merkene. Gjennomsnittsforkbrukeren vil kunne komme til å tro at merkene har et kommersielt fellesskap.
- Det kan ikke tillegges vekt at de to opprinnelig anførte motholdene i denne saken, ikke ble anført som registreringshindrede under behandlingen av internasjonal registrering nr. 1122036, ordmerket FEUDO DI SANTA CROCE.
- Det kan heller ikke tillegges vekt at GRAN FEUDO og FEUDO ARANCIO sameksisterer i andre jurisdiksjoner. Det er ikke tilstrekkelig godtgjort at årsaken til dette er fordi merkene ikke har blitt ansett forvekselbare i de aktuelle omsetningskretsene.

7 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Klager er uenig i Patentstyrets vurdering og konklusjon om at det foreligger risiko for forveksling mellom FEUDO ARANCIO og GRAN FEUDO for varer i klasse 33, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b.
- Det bestrides ikke at det foreligger vareidentitet mellom merkene i klasse 33.
- Klager er likevel av den oppfatning at ordet FEUDO er beskrivende for de aktuelle varene, eller i beste fall svakt. FEUDO er italiensk og betyr «gård/gods/jordeiendom/len». For varene i klasse 33, vil merket FEUDO ARANCIO dermed forstås som at varene kommer fra godset/gården ARANCIO. Selv om italiensk ikke kan sidestilles med norsk, så vil den aktuelle gjennomsnittsforkbrukeren ha svært god kunnskap om varene som selges. Dette

forsterkes av at varene enten selges på Vinmonopolet eller på barer og restauranter, som har eksperter til å veilede kunden i kjøpsituasjonen.

- Oppmerksomhetsnivået i den norske omsetningskretsen for de aktuelle varene er høyt, og denne vil ikke komme til å ta feil av kjennetegnene FEUDO ARANCIO og GRAN FEUDO.
- Vedlagt er flere eksempler fra Vinmonopolets hjemmeside, som viser at FEUDO brukes av flere italienske vinbønder og relaterer seg til området/gården som vinproduktet kommer fra. Flertallsformen FEUDI er også brukt av flere aktører for å informere om hvilke italienske gårder og områder de alkoholholdige varene kommer fra.
- FEUDO har sin opprinnelse fra latin (feudum), og brukes eksempelvis både på norsk og engelsk, som «føydal» og «feudal», det vil si, «noe som hører til lensvesenet». FEUDO brukes ikke i en overført betydning, slik Patentstyret hevder. Det å gi en enerett til et ord som er betegnende for at varene kommer fra et len eller en jordeiendom, må anses å være i strid med bestemmelsene i varemerkeloven. FEUDO har vært brukt som et begrep helt fra middelalderen, og brukes i dag med henvisning til vingårder og vinmarker. Dette bekreftes av Elena Dai Prà, professor i geografi og direktør for Geo-kartografisk senter for studier og dokumentasjon ved universitetet i Torino, i en egen erklæring, som er vedlagt i bilag 7 og 8 (oversettelse).
- Salg av produkter på Vinmonopolet er videre differensiert mellom land, og varer i klasse 33 påført FEUDO ARANCIO og GRAN FEUDO vil dermed selges fra forskjellige hyller, all den tid klager er fra Italia og innehaver av motholdet fra Spania. Norske forbrukere er kjent med slik praksis i kjøpsituasjonen, og vil dermed ikke tro at alkoholholdige drikker fra Italia har samme kommersielle opprinnelse som alkoholholdige drikker fra Spania. Også på en restaurant eller bar vil de alkoholholdige drikkene listes opp i menyen i henhold til det aktuelle opprinnelseslandet.
- Det er merkenes helhetsinntrykk som skal vurderes, ikke merkenes enkeltelementer. I tillegg til at merkene har visuelle og fonetiske forskjeller som helhet, tilfører også elementene GRAN og ARANCIO klare ulikheter til merkenes meningsinnhold. Ordsammensetningen GRAN FEUDO må videre anses som beskrivende eller svært svak, og merket må dermed få et tilsvarende svakt vern. Det å nekte klagers merke FEUDO ARANCIO virkning i Norge er å gi det eldre merket et altfor vidt vern.
- Internasjonal registrering nr. 1122036, FEUDO DE SANTA CROCE, ble ikke funnet forvekselbart med motholdet GRAN FEUDO. FEUDO er for øvrig plassert sist i det motholdte merket, og GRAN vil tiltrekke seg vel så mye oppmerksomhet som FEUDO. Ordet ARANCIO må også tillegges vekt i helhetsvurderingen, siden vin lages av druer og ikke av appelsiner.
- GRAN FEUDO og FEUDO ARANCIO har sameksistert i en årrekke i Europa. Det skal også bemerkes at norske forbrukere vil få bedre veiledning i kjøpsituasjonen hos Vinmonopolet,

enn hva tilfellet er for gjennomsnittsforbrukeren i EU, hvor varene omsettes i vanlige dagligvareforretninger.

- FEUDO ARANCIO ble for øvrig registrert i EU i 2004 under registrering nr. 002796266, og har sameksistert med GRAN FEUDO-merker i blant annet EU og Spania i en årrekke. Selv om EUIPO ikke motholder merker *ex officio*, viser dette at merkenes innehavere anser merkene som tilstrekkelig forskjellige.
- Klagenemnda bes med dette å oppheve Patentstyrets nektelse, slik at merket kan gis virkning i Norge for samtlige omsøkte varer.

8 Klagenemnda skal uttale:

9 Klagenemnda er kommet til et annet resultat enn Patentstyret, men har delt seg i et flertall og et mindretall.

10 Det aktuelle varemerket er ordmerket FEUDO ARANCIO.

11 Spørsmålet om to varemerker er egnet til å forveksles med hverandre, skal avgjøres ut fra en helhetsvurdering der både vareslagslikheten og kjennetegnslikheten blir vektlagt, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a og § 4 første ledd. De to elementene kan ikke vurderes separat, jf. Høyesteretts dom i HR-1998-63-A COSMEA, og Annen avdelings avgjørelse 6747 side 11, CONDIS, samt EU-domstolens avgjørelser i sakene C-251/95 Sabèl/Puma, avsnitt 18 og C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer, avsnitt 17.

12 Forvekslingsfare må videre vurderes ut fra gjennomsnittsforbrukerens oppfatning av varemerkene. Spørsmålet er om en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen for de varer det gjelder, kan komme til å ta feil av kjennetegnene (direkte forveksling), eller komme til å tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom de to kjennetegnenes innehavere (indirekte forveksling), jf. HR-2008-1686-A SØTT + SALT, samt de ovenfor nevnte avgjørelsene fra EU-domstolen.

13 Klagenemnda er enig med Patentstyret i vurderingen av at det foreligger vareidentitet mellom merkene i klasse 33. Dette er heller ikke bestridt av klager.

14 Det avgjørende spørsmålet er da om det foreligger tilstrekkelig kjennetegnslikhet ut fra gjennomsnittsforbrukerens oppfatning av varemerkene, særlig i lys av gjennomsnittsforbrukerens oppmerksomhetsnivå og tatt i betraktning av hvilke kategorier av varer eller tjenester det er snakk om og hvordan de omsettes.

15 Gjennomsnittsforbrukeren vil normalt oppfatte merkene som en helhet, uten å undersøke detaljer eller analysere merkenes enkelte deler. Han/hun må anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. EU-domstolens uttalelse i sak C-210/96, Gut Springenheide, avsnitt 31. Det må imidlertid tas hensyn til at gjennomsnittsforbrukeren normalt ikke vil ha mulighet til å sammenligne merkene, men må stole på det ufullstendige

bildet han/hun har av dem i erindringen, jf. EU-domstolens avgjørelse i sak C-334/05 P Shaker, avsnitt 35 og C-342/97 Lloyd v. Klijsen, avsnitt 25.

- 16 Klager anfører at gjennomsnittsforbrukerens oppmerksomhetsnivå er høyt, det vil si høyere enn varer som eksempelvis selges hos dagligvarebutikker. Norske forbrukere møter varene i handelen hos Vinmonopolet, som har ansatt eksperter til å veilede forbrukeren i kjøpsituasjonen.
- 17 Omsetningskretsen i Norge hva gjelder «alcoholic beverages» i klasse 33, deler seg i en særdeles kunnskapsrik del, nemlig grossister og innkjøpere, herunder Vinmonopolet selv, og en del som møter produktet i utsalgssituasjon hos Vinmonopolet. Salget skjer i en monopolsituasjon og prisnivået for sluttbruker er på grunn av beskatning høyt. De ansatte i Vinmonopolet har inngående kunnskap om varesortimentet. Den forretningsmodellen som Vinmonopolet benytter, går blant annet også ut på at vin er nøye utplassert etter land og region. Dette bidrar til mer oversiktighet for forbrukeren over hvilke vinprodukter som til enhver tid finnes på det norske markedet, og til mer innsikt om disse produktene. I tillegg kan det nevnes at nordmenn har stor interesse særlig for vin, noe deltakelse på vinkurs, vinklubber og vinrelatert reisevirksomhet er en god indikasjon på. Etter Klagenemndas syn fører alle disse omstendighetene til at kjøpsituasjonen for vin og brennevin skiller seg fra den forbrukeren møter for forbruksvarer som ikke er monopolisert. I lys av dette, anses oppmerksomhetsnivået i omsetningskretsen også for den private sluttbruker for «alcoholic beverages» i klasse 33 å være høyere enn for en rekke andre forbruksvarer.
- 18 Ved vurderingen av kjennetegnslighet, må det foretas en helhetsvurdering hvor blant annet graden av visuell, fonetisk, og konseptuell likhet må vektlegges, jf. C-251/95, Sabèl/Puma, avsnitt 23 og C-342/97, Lloyd v. Klijsen, avsnitt 27.
- 19 Merkene som skal vurderes er ordmerket FEUDO ARANCIO mot det eldre ordmerket GRAN FEUDO.
- 20 I henhold til rettspraksis må den konkrete forvekselbarhetsvurderingen 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-251/95 Sabel/Puma avsnitt 24 og C-39/97 Canon/Metro/Goldwyn-Mayer avsnitt 18.
- 21 I vurderingen av om kjennetegnslighet foreligger mellom merkene for «wines» i klasse 33, har Klagenemnda delt seg i et flertall og et mindretall.
- 22 Førstvoterende Elisabeth Ohm, som representerer mindretallet, har under tvil kommet til at ordet FEUDO innehar en normal grad av særpreg for varer omfattet av overbegrepet «alcoholic beverages» i klasse 33. Førstvoterende ser at det ut ifra sakens opplysninger er mye som taler for at FEUDO er en sedvanlig betegnelse i relasjon til vin på samme måte som CHATEAU eller FATTORIA. Likevel anser førstvoterende det som usikkert i hvilken grad den relevante omsetningskretsen kan sies å kjenne til ordets betydning, og til bruken som en

sedvanlig betegnelse. Dette gjelder særlig sett hen til den delen av omsetningskretsen hvor oppmerksomhetsnivået er lavest. Mindretallet har under tvil derfor kommet til at FEUDO ikke vil oppfattes med noen bestemt betydning for den norske omsetningskretsen for varer i klasse 33, herunder «wines». Det innledende ordelementet i det eldre merket, GRAN, vil derimot forstås av norske forbrukere som en kortform for «grande», som på italiensk og spansk betyr «stor». Norske forbrukere må også anses kjent med denne kortformen av ordet, all den tid GRAN er vanlig brukt i blant annet italienske og spanske stedsnavn, og i forbindelse med mat- og drikkevarer med opprinnelse fra disse landene. Plassert først i ordsammenstillingen i det eldre merket, vil GRAN oppfattes som et forsterkende og kvalitetsbeskrivende adjektiv, som er uten adskillende evne i merket. Elementet FEUDO tilfører uansett det eldre merket tilstrekkelig særpreg som helhet, ettersom ordelementet som nevnt innehar en normal grad av særpreg for «alcoholic beverages» i klasse 33.

- 23 De to merkene GRAN FEUDO og FEUDO ARANCIO har klare visuelle og fonetiske likheter gjennom det særpregede felleselementet FEUDO. At merkene også består av andre tekstelementer, nemlig GRAN og ARANCIO, som vil forstås med varierende særpregsgrad for varer omfattet av «alcoholic beverages» i klasse 33, er etter førstvoterendes syn av liten betydning sett hen til merkene likheter. På grunn av felleselementet FEUDO foreligger det en indirekte forvekslingsfare mellom merkene – gjennomsnittsforkbrukeren vil kunne komme til å tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom merkene innehavere. Det vises i denne sammenheng til EU-domstolens sak C-120/04, Life vs. Thomson Life, avsnitt 30. Førstvoterende anser etter dette at det foreligger en risiko for forveksling mellom merkene for alle varer omfattet av det omsøkte overbegrepet «alcoholic beverages», herunder «wines».
- 24 Flertallet, bestående av Ulla Wennermark og Liv Turid O. Myrstad, har på sin side kommet til at det ikke foreligger en risiko for forveksling mellom merkene for «wines» i klasse 33, men er enig med førstevoterende i at det foreligger risiko for forveksling mellom merkene for «spirits and liqueurs; cider» i klasse 33.
- 25 Flertallet er enig med førstvoterende i at ordet FEUDO er en italiensk betegnelse for «goods» som det er tvilsomt om den norske gjennomsnittsforkbrukeren vil forstå betydningen av. Vinmonopolet selger riktig nok flere viner hvor elementet FEUDO er benyttet som del av kjennetegnet, men flertallet antar at det først og fremst er den profesjonelle delen av omsetningskretsen som kan forventes å kjenne til ordets betydning. Flertallet er for øvrig enig med førstvoterende i at GRAN plassert sammen med FEUDO vil oppfattes i betydningen «stor», samt at ordet vil forsterke betydningen av FEUDO i den aktuelle ordsammenstillingen. GRAN FEUDO vil derfor, for den delen av omsetningskretsen som forstår ordkombinasjonen, forstås som «stort gods». Man kan derfor sette spørsmålsteget ved det eldre merkets registrerbarhet, ettersom vin ofte produseres på et gods. I tillegg synes det her å dreie seg om en sedvanlig betegnelse i relasjon til vin. GRAN FEUDO er imidlertid et registrert varemerke og må derfor tilkjennes et visst særpreg i tilknytning til «wines». Videre kan den private sluttbruker, som nevnt, ikke forventes å ha kjennskap til betydningen

av FEUDO. På denne bakgrunn anser flertallet at sammenstillingen GRAN FEUDO må tilkjennes en noe lav grad av særpreg i tilknytning til «wines» i klasse 33.

- 26 Sett hen til betydningen av GRAN i det eldre merket i forvekselbarhetsvurderingen med FEUDO ARANCIO viser flertallet til følgende uttalelse fra EU-rettens sak T-449/13, avsnitt 101:

«Assuming that that element does have a weak distinctive character, as a result of its capacity to evoke a method of production of the goods in question, that fact alone would not prevent it from being taken into consideration in the overall impression created by the marks at issue. Thus, it must be recalled that the descriptive character or the weak distinctive character of an element forming part of a composite mark does not, in certain circumstances, prevent it from being regarded as significant and from being taken into consideration in the comparison of the marks at issue (judgment of 25 March 2010 in Nestlé v OHIM – Master Beverage Industries (Golden Eagle and Golden Eagle Deluxe), T-5/08 to T-7/08, ECR, EU:T:2010:123, paragraphs 44 to 48), or even from being capable of making an impression on consumers and being remembered by them (judgments of 13 June 2006 in Inex v OHIM – Wiseman (Representation of a cowhide), T-153/03, ECR, EU:T:2006:157, paragraph 32, and of 14 September 2011 in Olive Line International v OHIM – Knopf (O-live), T-485/07, EU:T:2011:467, paragraph 85; see also, to that effect, judgment of 13 July 2004 in AVEX v OHIM – Ahlers (a), T-115/02, ECR, EU:T:2004:234, paragraph 20). In the present case, as was stated in paragraph 97 above, it will be taken into consideration as a secondary element in the overall impression created by the marks at issue.»

- 27 Elementet ARANCIO i klagers merke betyr «appelsin» på italiensk. Flertallet anser at uansett om FEUDO ARANCIO av den norske omsetningskretsen vil forstås i betydningen «appelsingods» eller som en ren fantasibetegnelser, vil elementet ARANCIO i relasjon til «wines» likevel tiltrekke seg betydelig oppmerksomhet, ikke minst på grunn av ordets lengde, men også fordi det i relasjon til «wines» må anses for å være særpreget. Vin fremstilles som kjent av druer og er normalt sett ikke tilsatt appelsiner eller appelsinsmak. Til tross for sin sekundære posisjon i merket vil derfor ARANCIO i relasjon til «wines» ha like stor betydning for merkets helhetsinntrykk som det FEUDO har.
- 28 Som nevnt under avsnitt 25 anser flertallet at GRAN FEUDO har en noe lav grad av særpreg for «wines». Likevel bidrar felleselementet FEUDO i de to merkene til visuelle, fonetiske - og for noen også til konseptuelle - likheter. Likhetene anses imidlertid uansett av underordnet betydning for helhetsinntrykket. Dette skyldes at merkene også har store visuelle og fonetiske ulikheter. Selv om ordet GRAN i GRAN FEUDO er svakt, eventuelt rent beskrivende, vil det likevel ha en betydning for merkets helhetsbilde, både visuelt og fonetisk, ikke minst på grunn av plasseringen først i merket. Ordet bidrar blant annet til at det eldre merket ikke kan sies å være gjengitt i sin helhet i det yngre merket. Ordet ARANCIO, med sine fire stavelser, skaper også avstand til det eldre merket både visuelt og fonetisk. Flertallet er derfor av den oppfatning at merkene med ordet GRAN i det eldre merket og ordet

ARANCIO i det yngre merket, og med de forskjellige posisjonene som ordene har i merkene, etterlater ulike helhetsinntrykk i relasjon til «wines» såvel visuelt som fonetisk.

- 29 Flertallet har på bakgrunn av dette – riktignok under noe tvil – kommet frem til at ordet GRAN i kombinasjon med den vekt som må tillegges ARANCIO i det nyeste merket i relasjon til vin, medfører at ikke heller den private sluttbruker vil forveksle merkene. Det foreligger heller ingen risiko for indirekte forveksling mellom merkene, i tilknytning til «wines» i klasse 33. Flertallet har i sin vurdering og konklusjon også tatt i betraktning omsetningskretsens forhøyede oppmerksomhetsnivå og det faktum at et profesjonelt salgspersonell normalt bistår ved kjøp av vin, enten dette skjer på Vinmonopolet eller på en restaurant.
- 30 Flertallet finner derfor at klagers merke FEUDO ARANCIO ikke er egnet til å forveksles med internasjonal registrering nr. 470950, ordmerket GRAN FEUDO, for «wines» i klasse 33. Patentstyrets avgjørelse må derfor omgjøres hva gjelder disse varene.
- 31 I tilknytning til de øvrige varene som er omfattet av overbegrepet «alcoholic beverages» i klasse 33, det vil si, «spirits and liqueurs; cider» i klasse 33, har FEUDO ingen kjent betydning. Elementet FEUDO tilfører dermed, etter flertallets syn, sammenstillingen GRAN FEUDO en normal grad av særpreg i tilknytning til slike varer.
- 32 Elementet ARANCIO, i det nyeste merket, vil imidlertid forstås som «appelsin», og som svakt, av deler av omsetningskretsen for varene «spirits and liqueurs; cider». Dette er fordi slike varer kan fremstilles av ulike vekster som inneholder sukker, for eksempel appelsiner.
- 33 Hvorvidt ARANCIO vil forstås som egenskapsangivende eller ikke, får etter flertallets syn likevel ikke avgjørende betydning for spørsmålet om det foreligger forvekslingsfare mellom merkene for «spirits and liqueurs; cider» i klasse 33. FEUDO er som nevnt særpregt for disse varene, og er det bærende element i både GRAN FEUDO og FEUDO ARANCIO. Det foreligger etter flertallets syn derfor en risiko for indirekte forveksling mellom merkene for de øvrige varene som omfattes av overbegrepet «alcoholic beverages» i klasse 33.
- 34 Internasjonal registrering nr. 1063971, ordmerket FEUDO ARANCIO, må etter dette nektes virkning for «spirits and liqueurs; cider» i klasse 33, jf. § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b. Patentstyrets avgjørelse må opprettholdes hva gjelder disse varene.

Det avsies slik

Slutning

- 1 Klagen tas delvis til følge.
- 2 Internasjonal registrering nr. 1063971, med søknadsnummer 201805779, ordmerket FEUDO ARANCIO, nektes virkning i Norge for følgende varer:

Klasse 33: «Spirits and liqueurs; cider».

- 3 Internasjonal registrering nr. 1063971, med søknadsnummer 201805779, ordmerket FEUDO ARANCIO, gis virkning i Norge for følgende varer:

Klasse 33: «Wines».

Elisabeth Ohm
(sign.)

Ulla Wennermark
(sign.)

Liv Turid O. Myrstad
(sign.)