



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 26/00063
Dato: 7. oktober 2026

Klager: Snow Secure Oy
Representert ved: Zacco Norway AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter, med dette utvalget:

Sarah Wennberg Svendsen, Margrethe Lunde og Mariane Folkestad-Giry

har kommet frem til følgende

AVGJØRELSE

1. Kort fremstilling av saken:

2. Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 13. april 2026 hvor det kombinerte merket SNOW SECURE, internasjonal registrering nummer 1787306, med søknadsnummer 202404727, ble nektet virkning i Norge for følgende varer og tjenester:



- Klasse 11: Refrigerating and freezing equipment; refrigerating apparatus and machines; snow cannons; installations for indoor snowmaking.
- Klasse 17: Insulation and barrier articles and materials; sealing and insulating materials; sealing assemblies (non-metallic -); insulating materials produced from plastics; insulating materials made of polyurethane foam; insulating materials made of polyethylene foam; thermal insulation articles and materials; insulating materials; expansion
- Klasse 19: Building and construction materials and elements, not of metal; structures and transportable buildings, not of metal; building materials, not of metal; building panels, not of metal; geotextiles; portable non-metal barriers for control of cross-country skiers and downhill skiers; fences, not of metal.
- Klasse 37: Building, construction and demolition; advisory services relating to the construction of buildings and other structures; consultancy and information services relating to construction; artificial snow-making services; insulation services.
- Klasse 39: Storage; snow storage services; consultancy services relating to storage; consultancy services relating to snow storage.

3. Varemerket ble nektet virkning fordi det ble ansett å være beskrivende og å mangle det nødvendige særpreg, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a og § 14 første ledd andre punktum.
4. Klage kom inn den 15. juni 2026. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble oversendt til Klagenemnda for videre behandling den 25. juni 2026, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

5. Patentstyrets vedtak er i hovedtrekk begrunnet slik:

- Det kombinerte merket SNOW SECURE beskriver egenskaper eller formål ved de aktuelle varene og tjenestene, og mangler det nødvendige særpreg for disse.
- Merketeksten har betydningen «snøsikker» eller «snøsikre», som naturlig vil bli oppfattet som noe som gir sikkerhet eller beskyttelse i forbindelse med snø. Teksten er beskrivende for alle de aktuelle varene og tjenestene, men den nøyaktige oppfatningen vil avhenge av de konkrete varer eller tjenester.
- For kjøle- og fryseinnretninger i klasse 11, som kan holde snø kald eller produsere snø, vil SNOW SECURE bli oppfattet som en beskrivende angivelse av varenes formål, nemlig at produktene skal hindre at snøen smelter eller sikre at det er snøforhold.
- For isolasjons- og barrierematerialer i klasse 17, som kan brukes i forbindelse med oppbevaring og lagring av snø, vil merketeksten bli oppfattet som en beskrivende angivelse av varenes formål, nemlig at varene sikrer snø fra å smelte.
- For bygningsmaterialer og gjerder i klasse 19, som kan sikre, beskytte eller være særlig egnet under snøforhold, vil SNOW SECURE oppfattes som en beskrivende angivelse av varenes egenskaper eller formål, da varene kan være utviklet for å tåle snøbelastning eller gjerder som skal sikre mot snø.
- For konstruksjon av bygninger, produksjon av kunstig snø, samt isoleringstjenester i klasse 37, vil SNOW SECURE kunne bli oppfattet som en beskrivende angivelse av tjenestenes egenskaper eller formål, nemlig at tjenestene sikrer bygg og konstruksjoner i møte med snø. Videre beskriver teksten at isolasjonstjenestene forhindrer snø fra å smelte eller beskytter mot ytre snøpåvirkning.
- For tjenester relatert til lagring av snø i klasse 39 vil SNOW SECURE kunne bli oppfattet som en beskrivende angivelse av egenskaper eller formål, nemlig at tjenestene gjelder sikring og bevaring av snø.
- Gjennomsnittsforbrukeren vil knytte betydningen av merketeksten til sentrale egenskaper eller formål ved varene og tjenestene, uten at det kreves noen nærmere analyse eller fortolkningsinnsats.

- Den figurative utformingen tilfører ikke merket som helhet tilstrekkelig særpreg. I den grad man skulle oppfatte O-en som et skjold, underbygger dette at varene og tjenestene gir en sikring eller beskyttelse. Figuren inne i O-en ser ut som en alminnelig snøkrystall. Dette er et vanlig symbol for snø, og underbygger betydningen av merketeksten. Gjennomsnittsforbrukeren vil heller ikke feste seg nevneverdig ved detaljene i bokstavene N og W. Merket domineres av den beskrivende merketeksten.
- Merket vil kun bli oppfattet som informasjon om de aktuelle varene og tjenestene, og ikke som en angivelse av kommersiell opprinnelse. Det oppfyller derfor ikke garantifunksjonen, som er hovedformålet til et varemerke.
- De tidligere sakene søker viser til er ikke direkte sammenlignbare med foreliggende sak. Hver sak må vurderes konkret.
- Det får ikke avgjørende betydning at merket har blitt gitt virkning i andre jurisdiksjoner.

6. Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Merket oppfyller kravene til å gis virkning for alle de søkte varene og tjenestene. Klagenemnda anmodes om å oppheve Patentstyrets avgjørelse, slik at merket besluttet gjeldende i Norge.
- Forbrukerne vil oppfatte teksten SNOW SECURE som et individuelt varemerke, fremfor en beskrivende opplysning om varenes art.
- Patentstyrets nektelse hviler på en for streng analyse, hvor man har foretatt en oppdeling av merket i stedet for å vurdere helheten, og fjernet seg fra hvordan en forbruker faktisk oppfatter det figurative varemerket. Anførslene om at teksten er beskrivende fremstår som en teoretisk konstruksjon uten tilstrekkelig forankring i dagligspråket. SNOW SECURE er ikke en etablert terminologi på engelsk eller norsk, for å betegne produktene i den aktuelle varefortegnelsen.
- For den relevante forbruker er det åpenbart at passive bygningsartikler, gjerder eller isolasjonsmaterialer ikke i seg selv er snøsikre. Forbrukeren må gjennom et betydelig tankesprang for å utlede at materialene tåler snøbelastning basert på merketeksten. Når det gjelder de spesialiserte ytelsene og maskinvarene i klasse 11, 37 og 39, består markedet utelukkende av profesjonelle innkjøpere. Disse aktørene har en særskilt høy oppmerksomhetsgrad. Omsetningskretsen er vant til at engelskspråklige ordsammenstillinger indikerer kommersiell opprinnelse, og vil ikke redusere en visuelt bearbeidet logo til en produktbeskrivelse.
- Den grafiske utformingen bidrar under enhver omstendighet til å sikre merkets særpreg. De grafiske detaljene bryter med ordinære bokstavformer og fungerer som optiske blikkfang som umiddelbart skiller logoen fra ordinær tekst. Samspillet mellom bokstavene og de

figurative elementene skaper et individualiserende særpreg. For en forbruker i det aktuelle markedet vil merkets stilisering oppfattes som et kjennetegn og en opprinnelsesgaranti. Patentstyret har oversett at samspillet mellom det suggestive ordet og den grafiske utformingen medfører at merket er særpreget.

- Merket er akseptert i flere jurisdiksjoner som er sammenlignbare med Norge: EU, Japan, Sveits, Sør-Korea og USA. Det er ingen grunn til å anta at den norske gjennomsnittsforbrukeren vil oppfatte merket annerledes enn forbrukere i de andre landene hvor merket er gitt virkning. Det vises i denne forbindelse til Oslo Tingretts avgjørelse 24-175472TVI-TOSL/05 om ordmerket OPTIKIT.

7. Klagenemndas vurdering:

8. Klagenemnda har kommet til samme resultat som Patentstyret.

9. Det aktuelle varemerket er det kombinerte merket SNOW SECURE slik det er gjengitt i avsnitt 2.
10. For at et varemerke skal kunne registreres, må de alminnelige registreringsvilkårene i varemerkeloven være oppfylt. Et varemerke kan ikke registreres dersom det utelukkende eller bare med uvesentlige endringer eller tillegg angir egenskaper ved varene, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a. I tillegg må merket oppfylle kravet til særpreg, jf. vilkåret i § 14 første ledd.
11. Ved tolkningen av varemerkeloven § 14 første og andre ledd skal det legges vekt på varemerkedirektivets ((EU) 2015/2436) ordlyd og formål, praksis fra EU-organene knyttet til direktivet, og de tilsvarende bestemmelsene i varemerkeforordningen (2017/1001). Høyesterett har uttalt dette i HR-2001-1049 GOD MORGON, og i senere avgjørelser HR-2016-1993-A PANGEA AS og HR-2016-2239-A ROUTE 66.
12. Formålet med å beskytte varemerker gjennom registrering, er særlig å sikre varemerkets garantifunksjon. Et varemerke skal fungere som garanti for kommersiell opprinnelse, slik at forbrukerne, uten fare for forveksling, kan skille én virksomhets varer og tjenester fra andres. Dette følger av fortalen til varemerkedirektivet punkt 16 og EU-domstolens avgjørelser i sakene C-39/97 Canon avsnitt 28 og C-299/99 Philips/Remington avsnitt 30.
13. Spørsmålet om et varemerke mangler særpreg eller er beskrivende, skal vurderes i relasjon til de varer eller tjenester merket er søkt registrert for, og utfra gjennomsnittsforbrukerens oppfattelse av merket, jf. EU-domstolens avgjørelse i sak C-273/05 P Celltech.
14. Gjennomsnittsforbrukeren for de aktuelle varene og tjenestene kan både være en privat sluttbruker og en profesjonell næringsdrivende. For eksempel vil både private og profesjonelle kunne gå til innkjøp av «refrigerating and freezing equipment» i klasse 11 og benytte seg av en generell lagringstjeneste («storage») i klasse 39 eller byggetjeneste

(«building») i klasse 37, mens omsetningskretsen for «snow cannons; installations for indoor snowmaking» i klasse 11 og «portable non-metal barriers for control of cross-country skiers and downhill skiers» vil bestå av profesjonelle, som for eksempel innehaveren av et alpinanlegg. Gjennomsnittsfbrukeren skal anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. sak C-210/96 Gut Springenheide.

15. Rettspraksis viser at det må være en tilstrekkelig direkte og spesifikk forbindelse mellom varemerket og de aktuelle varene eller tjenestene, for at omsetningskretsen umiddelbart og uten nærmere ettertanke vil oppfatte merket som beskrivende, jf. for eksempel sak T-19/04 Paperlab avsnitt 25. Når det gjelder varemerker som består av en kombinasjon av flere elementer, er det ikke nok at elementene hver for seg er beskrivende; også sammensetningen må oppfattes som direkte beskrivende for at merket skal nektes. Se blant annet EU-domstolens uttalelse i sak C-265/00 Biomild avsnitt 37, og Underrettens avgjørelse i sak T-486/08 Superskin avsnitt 25 og 26.
16. Det er merkets helhetsinntrykk som er avgjørende. Likevel kan det være nyttig å se på elementene hver for seg før helheten vurderes, jf. EU-domstolens avgjørelse C-329/02 P Sat.1 v OHIM. Dersom merket er sammensatt av beskrivende elementer, er helheten i utgangspunktet også beskrivende. Merket kan likevel være tilstrekkelig særpreget hvis det er en tydelig forskjell på ordet som helhet og summen av de enkelte beskrivende elementene. For eksempel kan helheten være så uvanlig at den oppleves tilstrekkelig fjern fra ordenes betydning hver for seg, se C-408/08 P Color Edition avsnitt 61, jf. også T-704/16 Scatter Slots avsnitt 25.
17. Klagenemnda har kommet til at det kombinerte merket SNOW SECURE er beskrivende og mangler særpreg.
18. Teksten i merket består av den engelske ordsammenstillingen SNOW SECURE. Den norske gjennomsnittsfbrukeren har gode engelskkunnskaper og vil umiddelbart forstå merketeksten som «snøsikker» eller «snøsikre». Uttrykket «snøsikker» er å finne i Det norske akademis ordbok med betydningene «sikker mot skadevirkninger av snø» eller «*om sted, område e.l. som med sikkerhet har (nok) snø*» (naob.no/ordbok/snøsikker).
19. Etter Klagenemndas syn er merketeksten beskrivende på tre ulike måter; teksten kan angi at varene eller tjenestene sørger for at et område med sikkerhet har nok snø (er snøsikkert), den kan angi at varene eller tjenestene sikrer at snø ikke smelter eller på andre måter forsvinner, eller den kan angi at varene eller tjenestene sikrer noe eller noen fra å ta skade av snø.
20. I møte med teksten SNOW SECURE for varer og tjenester som kan produsere snø, for eksempel «snow cannons» i klasse 11 og «artificial snow-making services» i klasse 37, vil omsetningskretsen oppfatte merketeksten slik at varene og tjenestene gjør området snøsikkert, altså sikrer at eksempelvis et alpinanlegg har nok snø gjennom hele sesongen. I relasjon til varer og tjenester som kan bevare og isolere snø, slik som «insulating materials for snow storage» i klasse 17, «insulation services» i klasse 37 og «snow storage services» i

klasse 39, beskriver merketeksten at varene og tjenestene sikrer snøen fra å smelte. Varer som «building materials, not of metal» i klasse 19 kan være bygningsmaterialer som for eksempel tåler vekten av snø eller kan motstå snøras, mens tjenester som «building, construction and demolition» i klasse 37 kan dreie seg om å bygge konstruksjoner som tåler vekten av snø eller kan motstå snøras. Brukt for slike varer og tjenester vil gjennomsnittsfbrukeren oppfatte SNOW SECURE som at varene og tjenestene sikrer mot skadevirkninger av snø.

21. Klagenemnda har kommet til at merketeksten har et meningsinnhold som uten videre kan benyttes til å beskrive egenskaper og formål ved varene og tjenestene, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a. Det foreligger etter Klagenemndas syn også et friholdelsesbehov for teksten SNOW SECURE. Andre næringsdrivende må kunne angi at sine tilsvarende varer og tjenester er «snow secure» (snøsikre) eller bidrar til å gjøre noe «snow secure» (snøsikkert), uten risiko for å begå varemerkeinnbrytning.
22. På grunn av sitt rent beskrivende meningsinnhold er ikke teksten SNOW SECURE egnet til å skille klagers varer og tjenester fra andres. Gjennomsnittsfbrukeren vil ikke oppfatte teksten som en angivelse kommersiell opprinnelse, og den mangler særpreg som kjennetegn, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.
23. Klagenemnda tar så stilling til om figurelementene er i stand til å tilføre merket særpreg som helhet. For at kombinerte merker med beskrivende eller ikke-distinktiv tekst skal kunne registreres, må den grafiske utformingen være egnet til å ta gjennomsnittsfbrukerens oppmerksomhet bort fra tekstens meningsinnhold, jf. blant annet Underrettens avgjørelse i sak T-559/10 Natural Beauty avsnitt 25, T-223/17 og 224/17 Adapta avsnitt 100 og T-69/19 Bad Reichenaller Alpensaline avsnitt 52. Momenter som kan være av betydning er blant annet om merket inneholder elementer som kan endre oppfatningen av merket som helhet, slik som iøynefallende, merkbare eller fantasifulle elementer som gjennomsnittsfbrukeren kan feste seg ved, og som gjør at merket oppfyller sin essensielle funksjon som opprinnelsesindikator.
24. Etter Klagenemndas syn er ikke merkets figurative utforming tilstrekkelig til å tilføre det nødvendige særpreg. Lyseblå er en vanlig farge for å indikere kulde eller minusgrader. Bokstaven O er formet som et skjold, som er et vanlig symbol for å vise at noe er sikret eller trygt, og dermed underbygger ordet SECURE. Snøkrystallen, som er plassert inne i bokstaven O, fremstår som et ordinært informasjonssymbol som viser at varene og tjenestene er relatert til snø og kulde, og illustrerer derfor ordet SNOW. En snøkrystall brukes ofte for å indikere kjølefunksjon, for eksempel på kjøleskap og fryser, samt for å vise at ulike produkter er kuldebestandige. Slik Klagenemnda ser det, er alle disse visuelle referansene åpenbare for gjennomsnittsfbrukeren i en kjøpsituasjon. Det at to ulike fonter er brukt, samt at bokstavene N og W er gjennombrutt av en linje, er etter Klagenemndas syn ikke egnet til å tilføre merket særpreg. Etter en helhetsvurdering har Klagenemnda kommet til at figurelementene og det samlede grafiske oppsettet ikke vil lede

gjennomsnittsforsbrukerens oppmerksomhet bort fra tekstens beskrivende meningsinnhold. Som helhet mangler merket særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.

25. Utfallet i den foreliggende saken anses å være i tråd med den gjeldende særpregsnormen for kombinerte merker med beskrivende tekst. Klagenemnda viser til at det finnes flere eksempler på sammenlignbare avgjørelser fra EU-retten der konklusjonen ble at kombinasjonen av figur og tekst er beskrivende, se for eksempel T-349/18 og T-623/15, gjengitt her:

T-349/18	T-623/15
	

Lignende vurderinger er også foretatt av Klagenemnda, for eksempel i sak

VM 25/00048, hvor helheten  ble ansett å være beskrivende og uten særpreg for godteri i klasse 30.

26. Klager hevder at det høye oppmerksomhetsnivået til den profesjonelle delen av omsetningskretsen påvirker oppfattelsen av hvorvidt merket har tilstrekkelig særpreg. Det er imidlertid ikke slik at en omsetningskrets med høyt oppmerksomhetsnivå lettere oppfatter et beskrivende eller ikke-distinktivt merke som en angivelse av kommersiell opprinnelse. Et høyt oppmerksomhetsnivå kan ikke få avgjørende vekt når det kommer til vurderingen av merkets særpreg, jf. EU-domstolens avgjørelse i sak C-311/11 P Smart Technologies v OHIM avsnitt 48 og Klagenemndas avgjørelse VM 15/074 WELL CUTTER avsnitt 21.
27. Klagenemnda har merket seg at kjennetegnet ifølge klager er akseptert i flere andre jurisdiksjoner. Det at merket er godtatt i andre jurisdiksjoner er et relevant moment, men har ikke vært utslagsgivende for resultatet i denne saken. Klagenemnda må ta utgangspunkt i hvordan den norske gjennomsnittsforsbrukeren oppfatter merket, og har kommet til at det fremstår som beskrivende og uten særpreg. I dette tilfellet har ikke Klagenemnda vært i tvil om resultatet, og da er det mindre grunn til å se hen til utenlandske registreringsbeslutninger. Klagenemndas vurdering og konklusjon anses å være i samsvar med de rettslige normer som er oppstilt i EU-/EØS-retten og norsk rett. Den skjønnsmessige vurderingen kan falle ulikt ut i forskjellige land, og det er ikke uten videre et mål å oppnå like resultater i enkeltsaker. Det vises i denne forbindelse til Høyesteretts avgjørelse i HR-2001-1049 GOD MORGON og til lagmannsrettens uttalelser i LB-2022 64395 Trustshop.

28. På denne bakgrunn stadfestes Patentstyrets avgjørelse. Merket i utpekningen kan ikke gis virkning i Norge for de aktuelle varene og tjenestene i klasse 11, 17, 19, 37 og 39, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a og § 14 første ledd andre punktum.

Det avsies slik

Slutning

Klagen forkastes.

Sarah Wennberg Svendsen
(sign.)

Margrethe Lunde
(sign.)

Mariane Folkestad-Giry
(sign.)