



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 24/00030
Dato: 1.oktober 2024

Klager: FERRETTI S.P.A.
Representert ved: Zacco Norway AS

Innklaget: NORDMAR BÅT AS
Representert ved: NORSK PATENTBYRÅ AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:
Sarah Wennberg Svendsen, Amund Brede Svendsen og Ulla Wennermark
har kommet fram til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort framstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 19. januar 2024, hvor registrering nummer 325115, ordmerket RIVAL, ble opprettholdt i sin helhet. Merket er registrert for følgende varer og tjenester:

Klasse 12: Båter og deler og utstyr til båter.

Klasse 35: Markedsføring; salgsfremmende tjenester; salg av båter og deler og utstyr til båter.

- 3 Saken har sin bakgrunn i en innsigelse fra FERRETTI S.P.A., jf. varemerkeloven § 26. Innsigelsen er begrunnet med at bruk av merket vil krenke en annens rett, fordi det er egnet til å forveksles med innsigers internasjonale registreringer nr. 1308491 og 1682571, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b. Innsigelsen er også begrunnet med at det registrerte merket er gitt virkning i Norge i strid med innsigers velkjente merker RIVA, jf. varemerkeloven § 4 andre ledd.

- 4 Registrering nr. 1308491, det kombinerte merket RIVA, ser slik ut og er gitt virkning for følgende varer:



Klasse 12: Water vehicles.

Registrering nr. 1682571, ordmerket RIVA CLASSICHE, er gitt virkning for følgende varer og tjenester:

Klasse 12: Water vehicles, namely yachts, motorboats, ships, sailing boats; land vehicles; boat bumpers; structural components for vehicles, including cleats [nautical], vehicle wheels, boat steering wheels, steering wheels for vehicles, boat fenders, fenders for land vehicles.

Klasse 37: Construction services; yachts and boat installation services; yachts building; shipbuilding; construction and repair of buildings; marine construction; repair of water vehicles; repair and maintenance of yachts; yachts and boat conversion, renovation, refit and repair.

Klasse 41: Educational services, namely conducting classes, seminars, conferences and workshops in the field of sailing and boating; sailing and boating club services, namely organizing sailing and boating activities and providing club members access to sailboats and powerboats; providing group training in the field of

organizational effectiveness featuring team building and leadership development activities; entertainment services in the nature of power and sail boat races; entertainment in the nature of yachts races; organization of yachting competitions; organization, arranging and conducting of boat races; organization of yachting rallies; organization of rallies of historical vehicles; fan club service (entertainment).

5 Klage kom inn 19. mars 2024. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre fram. Klagen ble oversendt til Klagenemnda for videre behandling den 2. april 2024, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

6 Grunnene for Patentstyrets vedtak er oppsummert som følger:

- Det foreligger ikke fare for forveksling mellom merkene.
- Den generelle angivelsen «water vehicles» i klasse 12, anses å omfatte angivelser som «båter». Det foreligger dermed vareidentitet. Denne angivelsen er også likeartet med varene «deler og utstyr til båter». Salg av varer og varene som selges er også å anse som lignende. Kriteriene for vare- og tjenesteslagslikhet er imidlertid ikke oppfylt for innehavers «markedsføring» og «salgsfremmende tjenester» i klasse 35. Disse anses ikke å være av liknende slag som klagers varer i klasse 12.
- Kjennetegnene er ikke tilstrekkelig like. Teksten i innsigers kombinerte merke er identisk med de fire første bokstavene i innehavers ordmerke. Kun den avsluttende bokstaven L er ulik. Det legges til grunn at merkene er visuelt like.
- RIVA vil bli oppfattet som et fantasiord uten meningsinnhold, mens RIVAL vil bli oppfattet som det meningsbærende ordet «konkurrent». Dette medfører en klar forskjell mellom merkene.
- Innsigers merke vil bli uttalt med to stavelser RI_VA, og vokallyden A vil være kort. Innehavers merke uttales med to stavelser, RI_VAL, men tilføyelsen av bokstaven L medfører en lengre A med større trykk. Dette skaper et noe annet lydbilde.
- I helhetsvurderingen er det lagt vekt på den klare konseptuelle ulikheten, samt ulikhetene i lydbildet. Forbrukere med et høyt oppmerksomhetsnivå vil oppfatte og vektlegge disse forskjellene, slik at de oppveier for de visuelle likhetene.
- Det er ikke dokumentert at RIVA er et velkjent merke, jf. varemerkeloven § 4 andre ledd. Den dokumenterte bruken ovenfor norske forbrukere er minimal.

7 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Ordmerket RIVAL må oppheves da det er egnet til å forveksles med klagers særpregede varemerke RIVA. Det foreligger også risiko for assosiasjon mellom RIVAL og de velkjente RIVA-merkene, slik at bruken av RIVAL vil være skadelig for goodwillen og svekke blikkfangereffekten til RIVA.
- Merkene består av identiske varer i klasse 12, og innklagedes salgstjenester i klasse 35 er også sterkt likeartede med selve varen. Det dreier seg dermed om identiske varer, og varer og tjenester med høy grad av likhet.
- Tjenestene «markedsføring» og «salgsfremmende tjenester» i klasse 35, er likeartede med varene i klasse 12. Slike tjenester kan innebefatte ens egen markedsføring på blant annet nettside og andre sosiale medier. Innklagede tilbyr – pr. nå – ikke markedsføring og reklametjenester for andre. Dette er momenter man må ta hensyn til i helhetsvurderingen.
- Merket RIVAL innledes med alle de fire bokstavene som teksten i klagers merke består av. Det er kun bokstaven L som skiller merkene. Denne ulikheten er ikke tilstrekkelig til å forhindre forvekslingsfare.
- Merket RIVA har ingen bestemt betydning, som fører til at det har et sterkt iboende særpreg. Dette er et viktig moment i vurderingen. Det at RIVAL har en konseptuell betydning nøytraliserer ikke den høye graden av visuell og fonetisk likhet.
- Siden innklagedes merke er et ordmerke, kan det også brukes en tilnærmet identisk font som merket til klager, noe som fører til at merkene kan bli enda likere.
- I klagers ordmerke RIVA CLASSICHE er det tekstelementet RIVA som er det første og mest dominante elementet. Dette fører til svært stor grad av både visuell og fonetisk likhet mellom merkene. Tillegget CLASSICHE vil for den norske omsetningskretsen oppfattes som det norske ordet «klassisk», og får dermed en sekundær betydning.
- Omsetningskretsen vil tro at det er en kommersiell forbindelse mellom innklagedes merke og klagers merker, slik at kravet til varemerkeloven § 16 bokstav a jf. § 4 ansees som oppfylt.
- Under saksbehandlingen av klagers registrering nr. 1308491, det kombinerte merket RIVA, fant Patentstyret at merket var forvekselbart med det kombinerte merket REVA, for identiske varer i klasse 12. Merket RIVAL bør behandles på samme linje som REVA.
- RIVA-merkene er velkjent og har oppnådd kodakvern, jf. varemerkeloven § 4, annet ledd. Som dokumentasjon har klager lagt fram en rekke utklipp fra nettsider. Utklippene viser at båter under navnet RIVA har vært i salg over flere tiår. I tillegg viser de at berømte mennesker som Brigitte Bardot, George Clooney og Zlatan Ibrahimovic eier og reklamerer for båtene, helt fra 1960-tallet og fram til 2017. Båtene har vært å se 39 filmer, herunder berømte Hollywood-filmer over flere tiår, blant annet James Bond-filmer. Båtene er til

salgs i Norge, både nye båter og på brukmarkedet. Til sist vises det til utklipp fra flere norske båtmagasiner, med artikler som beskriver RIVAs berømmelse og sterke omdømme, samt omtale av nordmenn som har kjøpt de luksuriøse båtene. Det dreier seg om totalt 19 utklipp fra ulike nettsider og magasiner.

- Klager har sendt inn en oversikt over båtmodeller fra søkers hjemmeside, en brosjyre om cruise med Riva-båt i Oslofjorden, utklipp fra nettside som selger Riva-tilbehør som luer, lommetørklær og mobildeksler, liste over RIVA-varemerker registrert i andre jurisdiksjoner, utklipp fra et italiensk magasin som tilsynelatende viser til et samarbeid mellom Fiat og Riva og en artikkel fra Kapital som omhandler Riva-båter og hvor de bygges.
- Dokumentasjonen viser at RIVA er en stor aktør innenfor luksusbåter både internasjonalt og i Norge. I den aktuelle omsetningskretsen er merket svært kjent, og nyter et utvidet vern. Det kan ikke kreves en stor mengde dokumentasjon for kostbare luksusmerker og varer som de fleste ikke har mulighet til å kjøpe. RIVA er i denne kategorien, og merket er særlig kjent som en eksklusiv produsent av det ypperste av yachter. Dette vises gjennom dokumentasjonen fra ulike tidsskrifter og båtmesser, men også gjennom populærlitteraturen som henvist til.
- Det foreligger en risiko for assosiasjon mellom ordmerket RIVAL og de velkjente RIVA-merkene. Det er ikke tilstrekkelig å legge til én ekstra bokstav i slutten av merket, og det må tas hensyn til at varene og tjenestene er identiske og svært like. Bruk av merket RIVAL vil være skadelig for goodwillen til klager, og svekke blikkfangereffekten. Det vil videre være urimelig om innehaver skal tjene på klagers langvarige bruk og berømmethet for sine varer og tjenester. Det må antas at innklagede kjenner til det velkjente merket RIVA.
- Styrket særpreg gjennom bruk medfører også at RIVA-merkene stiller sterkere i en vanlig forvekselbarhetsvurdering.

8 Innklagede har ikke sendt inn tilsvaret til klagen.

9 Klagenemnda skal uttale:

10 Klagenemnda har kommet til samme resultat som Patentstyret.

11 Det aktuelle varemerket er ordmerket RIVAL.

12 Merket har prioritetsdag 29. september 2022, det ble registrert 13. januar 2023 og kunngjort i Norsk Varemerketidende den 23. januar 2023. Registrering av varemerker som er skjedd før ikrafttredelsen av endringene i varemerkeloven av 1. mars 2023, kan

bare oppheves i den utstrekning at det ville vært grunnlag for det etter bestemmelsene som gjaldt før 1. mars 2023, jf. forskrift av 17. februar 2023 nr. 230 om overgangsbestemmelser til endringene i varemerkeloven punkt 2.

- 13 Klagenemnda finner det mest hensiktsmessig å først ta stilling til klagers anførsel om at registreringen må oppheves fordi bruken av merket RIVAL krenker klagers rettigheter etter varemerkeloven § 4 andre ledd, jf. § 16 bokstav a.
- 14 Varemerkeloven § 4 andre ledd før lovendringene av 1. mars 2023 lyder slik:


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).
- 15 Vilkåret om at et varemerke er «velkjent» er ifølge EU-domstolen 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. C-375/97 Chevy avsnitt 26 og 28. I vurderingen må det tas hensyn til «alle sagens relevante omstændigheder, således navnlig varemærkets markedsandel, intensiteten, den geografiske udstrækning og varigheden af brugen af varemærket, samt størrelsen af de investeringer, som virksomheden har foretaget for at fremme varemærket», jf. C-375/97 Chevy avsnitt 27.
- 16 Ifølge juridisk teori ligger det i ordet «velkjent» at det kreves «et visst bekjenthetsnivå», jf. Lassen/Stenvik, Kjennetegnrett, 3. utgave, 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».
- 17 Klager har anført at RIVA-merkene har oppnådd vern som velkjente varemerker i Norge, jf. varemerkeloven § 4 andre ledd.
- 18 Klagenemnda bemerker at klagers dokumentasjon må sannsynliggjøre at merkene var velkjent på prioritetsdatoen til ordmerket RIVAL, 29. september 2022.
- 19 Den innsendte dokumentasjonen er i hovedsak den samme som Patentstyret behandlet i sin avgjørelse. Klagenemnda ser imidlertid ut til å ha mottatt noen flere dokumenter enn Patentstyret, for eksempel artikler fra Kapital og Finansavisen. Saken står dermed i et noe annet lys for Klagenemnda.
- 20 Klager har lagt fram relevant dokumentasjon som omtale i magasiner, aviser, nettsider, bøker og filmer. Klagenemnda har imidlertid kommet til at dokumentasjonen som helhet

ikke er tilstrekkelig til å vise at klagers kjennetegn bruk har fått slik virkning at det kombinerte merket RIVA, og ordmerket RIVA CLASSICHE, er velkjent her i riket for varer som framkomstmidler på vann og båter, jf. varemerkeloven § 4 andre ledd.

- 21 Magasin-, bok-, og nettsideutklippene viser at klagers merke har vært populært blant rike og berømte siden 1960-tallet, og fram til skjæringstidspunktet. Videre viser dokumentasjonen at RIVA-båter har hatt en prominent plass i populærkulturen, som i James Bond-filmer. Selv om båtene er brukt i filmer, har ikke Klagenemnda holdepunkter for å fastslå at selve varemerket RIVA har en framtreddende rolle. Flere av artiklene beskriver også at RIVA-båtene har oppnådd berømmelse. I Kapitals artikkel fra 12. januar 2023 omtales for eksempel båtene som «ikoniske» og «verdensberømte». Denne dokumentasjonen framstår imidlertid å omfatte hele verden, og det er uklart hvor kjent merket er blant norske forbrukere. Klagenemnda har ikke fått opplyst opplagstall for de ulike magasinene, artiklene og bøkene. Det er usikkert hvor mange norske forbrukere denne omtalen har nådd ut til, og hvor mange som har festet seg ved RIVA-merket gjennom filmer og litteratur. Det er virkningen av bruken i den relevante omsetningskretsen som er avgjørende, se til dette HR-2005-1905-A Gule sider avsnitt 54.
- 22 Det framstår som uklart om nye RIVA-båter i det hele tatt er solgt i Norge, da Klagenemnda ikke har mottatt informasjon om salgstall. Klager har vist til en mulig forhandler, men det framstår uklart i hvilken tidsperiode båtene har vært for salg, og i hvilke deler av landet. Noen av de vedlagte artiklene beskriver at nordmenn eier RIVA-båter, for eksempel i utklippet fra Finansavisen (9. oktober 2022), hvor det oppgis at to nordmenn har bestilt cabincruisere til over 20 millioner kroner. Videre vises det til finn.no annonser, hvor man kan se at brukte RIVA-båter er til salgs i Norge. Klager har imidlertid ikke framlagt noen konkrete salgstall, eller informasjon om hvor stor omsetningen har vært i Norge år for år, eller til sammen over flere år. Videre har Klagenemnda ikke mottatt informasjon om, eller dokumentasjon på klagers markedsandel innenfor det relevante produktsegmentet.
- 23 Omsetningskretsen består i utgangspunktet av alle båtinteresserte i Norge. For eksempel er «water vehicles» i klasse 12 en vid angivelse som omfatter båter i alle priskategorier. Uten informasjon om omsetning og markedsandeler, og uten andre bevis som for eksempel en markedsundersøkelse, anses ikke den innsendte dokumentasjonen å være tilstrekkelig til å dokumentere at RIVA er et velkjent merke i Norge. Ettersom klagers kjennetegn ikke anses som velkjent, er det ikke nødvendig for Klagenemnda å ta stilling til om de øvrige vilkårene i varemerkeloven § 4 andre ledd er oppfylt.
- 24 Etter en samlet vurdering av dokumentasjonen, med særlig vekt på omtalen i norske aviser og magasiner, finner Klagenemnda det likevel sannsynlig at RIVA-merkene har oppnådd et noe styrket særpreg for luksuriøse yachter og lystbåter i klasse 12, som følge av «virkninger av bruk», jf. varemerkeloven § 14 tredje ledd. Det styrkede særpreg gir de tidligere merkene en forsterket stilling ved forvekselbarhetsvurderingen, jf. blant annet EU-domstolens avgjørelse i sak C-251/95 premiss 24.

- 25 Klagenemnda går så over til å ta stilling til klagers anførsel om risiko for forveksling etter varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd.
- 26 Det følger av varemerkeloven § 16 bokstav a og § 4 første ledd bokstav b at et merke ikke kan registreres dersom det er «risiko for forveksling» med et merke som allerede er registrert eller gitt virkning i Norge. Vurderingstemaet er om en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen for de varer det gjelder, kan komme til å ta feil av kjennetegnene (direkte forveksling), eller tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom kjennetegnernes innehavere (indirekte forveksling), jf. HR-2008-1686-A SØTT + SALT avsnitt 41–42.
- 27 Spørsmålet om to varemerker er egnet til å forveksles, skal avgjøres ut fra en helhetsvurdering der både vareslagslikheten og kjennetegnslikheten blir vektlagt, jf. varemerkeloven § 4 første ledd bokstav b. Det er et innbyrdes avhengighetsforhold mellom disse momentene, slik at en svak grad av vareslagslikhet kan oppveies av en høy grad av kjennetegnslikhet og omvendt, jf. HR-2008-1686-A SØTT + SALT avsnitt 40 og EU-domstolens rådgivende uttalelse i C-342/97 Lloyd v. Klijsen avsnitt 19. Se også EU-domstolens rådgivende uttalelser i sakene C-251/95 Sabèl/Puma avsnitt 18 og C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 17.
- 28 I helhetsvurderingen skal det tas hensyn til gjennomsnittsforbrukerens oppmerksomhetsnivå, hvilke varer eller tjenester det er snakk om og hvordan de omsettes. I tillegg er det relevant å se hen til det eldste merkets grad av særpreg. Jo mer særpreget det eldste merket er, desto større vil risikoen for forveksling være, jf. sakene C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 18 og 19 og T-56/20 VROOM avsnitt 43. Merker med sterk grad av særpreg, enten iboende eller oppnådd som følge av bruk, har større verneomfang enn merker med svak grad av særpreg, jf. C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 18.
- 29 Gjennomsnittsforbrukeren vil normalt oppfatte merkene som en helhet, uten å undersøke detaljer, jf. EU-domstolens avgjørelse C-334/05 P Shaker avsnitt 35. Det må tas hensyn til at gjennomsnittsforbrukeren normalt ikke vil ha mulighet til å sammenligne merkene side om side, men må stole på det bildet hen har i hukommelsen, jf. C-342/97 Lloyd v. Klijsen avsnitt 26.
- 30 Omsetningskretsen for varer som framkomstmidler på vann, i klasse 12, vil være både den alminnelige sluttbruker og profesjonelle næringsdrivende. Slike varer forutsetter vanligvis en betydelig investering for en normal sluttbruker. Klagenemnda legger til grunn at omsetningskretsen for de identiske og likartede varene og tjenestene vil gjøre grundigere undersøkelser ved kjøp av varene, enn, for eksempel, ved kjøp av vanlige dagligvarer. Gjennomsnittsforbrukeren anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. EU-domstolens uttalelse i sak C-210/96 Gut Springenheide avsnitt 31. Klagenemnda legger til grunn at omsetningskretsen for de aktuelle varene i klasse 12 vil ha høy grad av oppmerksomhet.

- 31 I vurderingen av om varene er av lignende slag, skal det ses hen til varenes art og anvendelsesformål, hvordan de benyttes og om de er i konkurranse med hverandre eller er komplementære, jf. EU-domstolens rådgitende uttalelse i C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 23. Andre kriterier som har blitt nevnt i rettspraksis er om varene har samme distribusjonskanaler og om de normalt har samme kommersielle opprinnelse, se for eksempel EU-rettens avgjørelser i T-99/01 Mystery/Mixery avsnitt 40 og T-85/02 Castillo/El Castillo avsnitt 38.
- 32 Klagenemnda er enig med partene i at det foreligger samme og lignende varer i hele klasse 12. Salg av varene, i klasse 35, er likeartet med selve varene i klasse 12. Når det gjelder innklagedes to angivelser «markedsføring» og «salgsfremmende tjenester» i klasse 35, gjelder dette tilbydelse og utførelse av markedsføring og salgspromotering for andre, for eksempel utført av et reklamebyrå. Markedsføring av et foretaks egne varer følger selve vareklassen, og er derfor ikke omfattet av disse angivelsene i klasse 35. Klagenemnda anser derfor, i likhet med Patentstyret, at angivelsene «markedsføring» og «salgsfremmende tjenester» ikke er likeartet med klagers varer i klasse 12.
- 33 Merkene som skal sammenlignes er:

| Innklagedes merke | Klagers eldre registreringer |
|-------------------|--|
| RIVAL |  RIVA CLASSICHE |

- 34 Ved vurderingen av kjennetegnslighet, må det foretas en helhetsvurdering hvor blant annet graden av visuell, fonetisk, og konseptuell likhet vektlegges. I denne vurderingen vil særpregede og dominerende elementer ha større betydning for merkenes helhetsinntrykk enn svake og lite framtrede elementer, jf. blant annet EU-domstolens avgjørelser i C-251/95 Sabèl/Puma avsnitt 23 og C-342/97 Lloyd v. Klijsen avsnitt 25-27 og C-334/05 P Shaker avsnitt 35.
- 35 Ved forvekselbarhetsvurderingen tar Klagenemnda utgangspunkt i den av klagers registreringer som anses å ligge nærmest det omstridte merket RIVAL, nemlig registrering nr. 1308491, det kombinerte merket RIVA. Klagers andre merke inneholder ett ytterligere ord, som bidrar til å skille merkene i større grad fra innklagedes merke.
- 36 Visuelt og fonetisk har kjennetegnene både likheter og forskjeller. De er like ved at ordene RIVA og RIVAL begynner med de samme fire bokstavene. Tilføyelsen av bokstaven L fører

imidlertid til en viss visuell, og en tydelig fonetisk forskjell. Ordet RIVAL uttales med trykk på siste stavelse og en lang A-lyd, mens ordet RIVA uttales med trykk på første stavelse og en kort A-lyd. Dette skaper et ganske ulikt lydbilde.

- 37 Ordet RIVAL er et vanlig norsk ord som betyr «konkurrent», jf. Gyldendals Stor norsk ordbok. Ordet RIVA har derimot ingen betydning som er kjent for den norske gjennomsnittsfbrukeren, og framstår som et fantasiord. RIVA betyr riktignok «strandbredd» eller «elvebredd» på italiensk, og kan være et italiensk etternavn, men Klagenemnda anser det ikke sannsynlig at den norske omsetningskretsen kjenner til disse betydningene. Klagenemnda viser til at EU-domstolen har lagt til grunn at konseptuelle forskjeller kan motvirke forvekslingsfare mellom merker som er visuelt og fonetisk like, gitt at minst ett av merkene har en klar og spesifikk betydning som gjennomsnittsfbrukeren umiddelbart vil oppfatte, jf. C-361/04 P Ruiz-Picasso and Others v OHIM avsnitt 20 og C-437/16 P Wolf Oil v EUIPO avsnitt 43. Etter Klagenemndas syn plasserer varemerket RIVAL seg i den kategorien merker som har et klart og spesifikt meningsinnhold, og som den relevante omsetningskretsen umiddelbart vil forstå. Ordets betydning er svært utbredt og godt kjent, det har også tilsvarende betydning og utbredelse på engelsk.
- 38 Etter en helhetsvurdering har Klagenemnda kommet til at det ikke foreligger risiko for forveksling mellom ordmerket RIVAL og innklagedes kombinerte merke RIVA og ordmerket RIVA CLASSICHE.
- 39 Klagenemnda har tatt i betraktning at RIVA har styrket sitt særpreg for båter. Likevel anser Klagenemnda at det ikke foreligger forvekslingsfare mellom merkene, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a. De eldste merkene særpreg er bare et moment i helhetsvurderingen. Graden av kjennetegnslighet anses ikke tilstrekkelig høy til at gjennomsnittsfbrukeren kan komme til å ta feil av kjennetegnene, eller tro at det er en kommersiell forbindelse mellom innehaverne. Klagenemnda har lagt avgjørende vekt på at merkene gir et ulikt konseptuelt inntrykk som nøytraliserer den visuelle likheten. Det legges også vekt på at merkene har forskjellig rytme når de uttales. Den høye oppmerksomhetsgraden ved kjøp av båter tilsier at gjennomsnittsfbrukeren lettere vil oppdage forskjeller mellom merkene. Dette er også et argument som tilsier at RIVA og RIVAL ikke vil forveksles.
- 40 Klagen har ikke ført fram, verken etter varemerkeloven § 4 andre ledd eller § 4 første ledd bokstav b. Innklagedes varemerke er ikke registrert i strid med varemerkeloven § 16 bokstav a, og varemerkeregistrering nr. 325115 opprettholdes i sin helhet.

Det avsies slik

Slutning

Klagen forkastes.

Sarah Wennberg Svendsen
(sign.)

Amund Brede Svendsen
(sign.)

Ulla Wennermark
(sign.)