



---

# KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

## **AVGJØRELSE**

---

Sak: 17/00073  
Dato: 6. mars 2018

---

Klager: TINE SA  
Representert ved: Advokatfirmaet Grette DA

---

Innklaget: Acapo AS

---

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:

Lill Anita Grimstad, Kari Anne Lang-Ree og Haakon Aakre

har kommet fram til følgende

---

## AVGJØRELSE

### 1 Kort fremstilling av saken:

2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 20. mars 2017 hvor Patentstyret etter innsigelse opprettholdt registreringen av ordmerket KÉFI, registrering nummer 288591.

3 Varemerket ble den 29. august 2016 registrert for følgende varer:

Klasse 29: Kjøtt, fisk, fjærkre og vilt; kjøttekstrakter; konserverte, tørrede, frosne og kokte frukter og grønnsaker, geleer, syltetøy, kompotter, egg, melk og melkeprodukter; spiselige oljer og fett.

Klasse 30: Ris; tapioka og sago, mel og næringsmidler av korn; brød, bakverk og konditorvarer, konfektyrer; spiseis; sukker, honning, sirup; gjær, bakepulver; salt; sennep; eddik, sauser, krydderier, is; frokostblandinger; musli.

Klasse 32: Øl; mineralvann, kullsyreholdig vann og andre ikke alkoholholdige drikker; frukt-drikker og fruktjuicer; saft og andre preparater til fremstilling av drikker; smoothies.

4 Tine SA innleverte innsigelse basert på at merket var beskrivende, og at det ikke hadde det nødvendige særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første ledd og andre ledd bokstav a.

5 Klage på Patentstyrets avgjørelse innkom 19. mai 2017. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble deretter oversendt Klagenemnda for videre behandling den 6. juni 2017, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

### 6 Grunnene for Patentstyrets vedtak er oppsummert som følger:

- Det søkte merket er ikke en uvesentlig endring av den beskrivende betegnelsen «kefir», og er derfor ikke beskrivende, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd. Merket er et selvstendig fantasiord som vil oppfylle garantifunksjonen og som dermed har tilstrekkelig særpreg til å kunne registreres etter varemerkeloven § 14 første ledd.
- Visuelt skiller det søkte merket seg fra ordet «kefir» ved at det er ett tegn kortere, og at det har et akutt-tegn over E-en. Det søkte merket fremstår som kortere og mer fremmed på grunn av bruken av akutt-tegnet.
- Selv om det er visse likheter, oppfattes det visuelle hovedinntrykket som ulikt.
- Det vises til at merket må vurderes slik det er søkt uten tegnet ® for å markere at varemerket er registrert. Patentstyret kan ikke ta høyde for hvordan merket hypotetisk sett vil kunne bli brukt.
- Merkene har samme rytme, trykk og lengde. Dette gjør at det er klare fonetiske likheter mellom merket og ordet, men også en klart hørbar forskjell avslutningsvis på grunn av R-

lyden i «kefir». Patentstyret kan ikke se at I-lyden i «kefir» må være lang, mens den er kortere i KÉFI.

- KÉFI gir ikke noe bestemt forestillingsbilde som kan være med på å skille det fra ordet «kefir». Kefir er et kjent ord på norsk, som er forholdsvis kort og lett å lese og som umiddelbart vil bli gjenkjent av gjennomsnittsforbrukeren. KÉFI skaper en fremmed eller eksotisk følelse på grunn av skrivemåten. Det oppfattes som et selvstendig fantasiord som bare spiller på drikken «kefir».
- Gjennomsnittsforbrukeren vil lettere oppfatte små forskjeller i korte merker enn i lange, og vil ikke oppfatte KÉFI som «kefir».
- KÉFI vil ha et smalt vern for varer som «melk og melkeprodukter» og for varer som kan inneholde «kefir». Vernet strekker seg ikke så langt at det hindrer andre i å bruke «kefir» generisk. Det foreligger derfor ikke et friholdelsesbehov for merket. For andre varer som ligger lengre unna som for eksempel kjøtt, egg, oljer, ris, honning og øl, vil vernet være sterkere.
- Patentstyret avviser at saken er sammenlignbar med Oslo tingretts avgjørelse vedrørende merket IMPERIA. Retten fant at «imperial» ikke ville bli oppfattet som en kvalitetsbetegnelse på norsk og således at IMPERIA ikke vil fremstå som en forkortet eller forenklet variant av «imperial», men som et eget fantasiord.

## **7 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:**

- Klager anfører at ordmerket KÉFI ikke oppfyller registreringsvilkårene da merket er beskrivende og mangler det nødvendige særpreget for de aktuelle varene, jf. § 14 andre ledd bokstav a, jf. § 14 første ledd.
- Det bes om at registreringen oppheves for varene «melk og melkeprodukter; spiselige oljer og fett» i klasse 29, «brød; bakverk og konditorvarer; spiseis; sauser; og is» i klasse 30 og «mineralvann; kullsyreholdig vann og andre ikke-alkoholholdige drikker; frukt-drikker og fruktjuicer; saft og andre preparater til fremstilling av drikker; og smoothies» i klasse 32.
- Det er ikke bestridt at kefir er en betegnelse for et bestemt syrnet melkeprodukt. Bruk av betegnelsen er forskriftsregulert i Forskrift om kvalitet på melk og melkeprodukter FOR-2015-06-03-60.
- Forskriftsreguleringen viser at myndighetene har lagt stor vekt på at det blir gitt riktig informasjon om innholdet i melkeprodukter. Friholdelsesbehovet for betegnelser som beskriver melkeprodukter, er derfor særlig stort.
- Det anføres at Patentstyret har tillagt uvesentlige endringer i skrivemåte en for stor vekt i helhetsvurderingen. Hvis omskrivninger som utgjør uvesentlige endringer eller tillegg til et beskrivende ord tillates, blir registreringsforbudet for beskrivende merker uten reelt innhold.

- Det vises til EU-domstolens avgjørelse i sak C-265/00 Biomild der det fremgår at det må være en «tydelig avvigelse» mellom det nyskapte ord - neologismen - og den rene sum av elementene. Det gjøres gjeldende at KÉFI ikke er en tydelig endring av det beskrivende ordet KEFIR.
- Det bestrides ikke at det å fjerne eller endre elementer i et beskrivende ord kan føre til at man ender opp med et ord som innehar tilstrekkelig særpreg til å registreres som varemerke. Utgangspunktet vil da være at det som regel ikke er tilstrekkelig kun å endre stavemåten for et ord, eller utelate eller bytte om enkeltbokstaver,
- KÉFI kan ikke anses kun å «spille» på kefir gjennom en assosiasjon. Kefir har vært i salg på det norske markedet siden 1930-tallet, og det må legges til grunn at «kefir» i dag er - og har lenge vært - et godt kjent ord på norsk.
- Gjennomsnittsforbrukeren som møter betegnelsen KÉFI vil med stor sannsynlighet umiddelbart forstå dette som en omskrivning av kefir, særlig når det brukes på melk og melkeprodukter samt også andre produkter som kan inneholde kefir.
- Det må legges vekt på at gjennomsnittsforbrukeren ikke kan antas å være spesielt oppmerksom ved kjøp av dagligvarer, og kjøpsbeslutninger tas raskt.
- Den alminnelige gjennomsnittsforbruker har lang trening i å tolke nye orddannelser. Selv om ordet KÉFI er kort, er det like fullt en enkel omskrivning av et kjent ord og vil bli gjenkjent som dette.
- Utelatelsen av den siste bokstaven i det beskrivende ordet endrer ikke helhetsinntrykket.
- Trykket i ordet «kefir» er i starten av ordet, slik at R-lyden derfor vil bli mindre hørbar ved uttale. Det må tillegges betydning at merket særlig vil bli brukt til daglig i muntlig omtale og at det av gjennomsnittsforbrukeren ofte vil uttales forholdsvis raskt i forbindelse med oppstilling av en rekke varer. R-lyden vil derfor lett forsvinne ved muntlig uttale.
- At det kun er en knapt hørbar R-lyd som fonetisk skiller merket fra ordet KEFIR, understreker at friholdelsesbehovet gjør seg sterkt gjeldende. En enerett til bruk av merket KÉFI vil i praksis innebære at skillelinjene mellom lovlig og ulovlig bruk blir uklare og vanskelig å praktisere for de øvrige aktører, særlig muntlig.
- Bruken av aksenten endrer ikke helhetsinntrykket for gjennomsnittsforbrukeren. Den høyrevendte aksenten er det vanligste aksenttegnet i det norske språk, og tegnet brukes særlig til å vise at en stavelse har sterkt trykk.
- KÉFI fremtrer, både visuelt og betydningsmessig, som en beskrivelse av at produktet er kefir eller inneholder dette.
- Det må legges til grunn at KÉFI fonetisk fremstår som klart beskrivende, og at forbruker ikke vil legge noe betydningsinnhold i betegnelsen ut over den beskrivende. Uavhengig av ordets

lengde, vil det umiddelbart bli gjenkjent av gjennomsnittsfbrukeren og følgelig vil denne også forstå KÉFI som en direkte og umiddelbar henvisning til et bestemt melkeprodukt. En nærliggende mulighet for at KÉFI kan brukes og oppfattes beskrivende er tilstrekkelig, jf. sak C-363 Postkantoor, premiss 56.

- Betegnelsen KÉFI er derfor beskrivende for melk og melkeprodukter i klasse 29. For øvrige varer som klagen retter seg mot, vil KÉFI fremstå som en indikasjon på en egenskap eller formål med varen, f.eks. ved at «brød, bakverk og konditorvarer» er fremstilt med kefir som en ingrediens, eller at drikkevarer slik som smoothies er basert på kefir. Merket vil oppfattes som en ingrediens, og ikke som en angivelse av kommersielt opphav.

## **8 Innklagede har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:**

- Innklagede er ikke enig i at forskjellen mellom ordet «kefir» og varemerket KÉFI er uvesentlig, og anfører at Patentstyrets avgjørelse er korrekt.
- Fonetisk skiller ordene seg ved at r-lyden i slutten av merket utelates, men også ved at rytmen i ordet endres gjennom denne utelatelsen. Trykket i begge ligger på e-lyden, men ordet kefir uttales med lang i-lyd på grunn av den etterfølgende r-en.
- Visuelt utgjør den manglende bokstaven «R» og akutt-tegnet over E-en en tydelig forskjell mellom ordet og merket. Kun tre bokstaver er sammenfallende. Merket KÉFI består av fire bokstaver, noe som gjør det betraktelig kortere og mer kompakt visuelt sett enn det lengre ordet kefir. Balansen i ordet blir en annen i det «kefir» balanserer på den sentrerte f-en, mens KÉFI mer fremstår som en blokk. Det vil ikke være til å unngå at gjennomsnittsfbrukeren legger merke til forskjellen mellom KÉFI og kefir.
- Det henvises til Oslo tingretts dom TOSLO-2007-10029 der merket IMPERIA ikke var ansett som en uvesentlig endring av IMPERIAL. En bokstavs forskjell kan utgjøre mer enn en uvesentlig endring, og i større grad når ordene består av færre bokstaver slik tilfellet er i nærværende sak.
- En registrering av varemerket KÉFI legger ingen hindringer for andres bruk av det generiske uttrykket kefir for slike produkter. Det foreligger ikke noe friholdelsesbehov, og det er åpenbart at vernet er smalt idet det ikke strekker seg til ordet kefir.
- Gjennomsnittsfbrukeren vil oppfatte forskjellen mellom ordet kefir og merket KÉFI, og merket er derfor særpreget. Bare der endringen er uvesentlig på en slik måte at den gjør at ordet ikke oppfattes som noe annet enn ordet, vil endringen være uvesentlig i varemerkerettslig forstand. Merket er, kan hende, suggestivt for kefir eller innhold av kefir, men det oppfattes åpenbart ikke ensbetydende med det generiske ordet kefir.
- I den grad forbrukeren knytter merket opp mot kefir vil det være fordi merket har en suggestiv karakter gitt de likhetene som foreligger mellom ordene, men så lenge forskjellene er utvilsomme og lett oppfattede både visuelt og fonetisk er merket klart registrerbart.

## 9 Klagenemnda skal uttale:

### 10 Klagenemnda har delt seg i et mindretall og et flertall, og flertallet er delvis kommet til et annet resultat enn Patentstyret.

- 11 Spørsmålet som Klagenemnda må ta stilling til er om ordmerket KÉFI oppfyller vilkårene for registrering som varemerke, jf. varemerkeloven § 14.
- 12 I vurderingen av om ordmerket KÉFI skal kunne registreres som et varemerke, må de alminnelige registreringsvilkårene etter varemerkeloven § 14 være oppfylt. I henhold til varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a, kan et varemerke ikke registreres dersom det utelukkende eller «bare med uvesentlige endringer» eller tillegg består av en angivelse som angir egenskaper ved varene. Det følger av dette at ord som bare med uvesentlige endringer beskriver de aktuelle varene, ikke kan brukes som varemerker.
- 13 Nærmere presisert gjelder spørsmålet i saken om ordmerket KÉFI fremstår som en «*uvesentlig endring*» av det generiske og alminnelige ordet «kefir» for varene «melk og melkeprodukter; spiselige oljer og fett» i klasse 29, «brød; bakverk og konditorvarer; spiseis; sauser; og is» i klasse 30 og «mineralvann; kullsyreholdig vann og andre ikke-alkoholholdige drikker; fruktdrikker og fruktjuicer; saft og andre preparater til fremstilling av drikker; og smoothies» i klasse 32. Det er ikke bestridt at «kefir» er en betegnelse for et bestemt syrnet melkeprodukt.
- 14 Klagenemnda vil innledningsvis kommentere rettskildebildet for ordlyden «uvesentlige endringer eller tillegg» i varemerkeloven § 14 andre ledd. Høyesterett har uttalt i HR-2001-1049 GOD MORGON at ved tolkningen av varemerkeloven § 14 første og andre ledd skal det legges vekt på varemerkedirektivets (2008/95) ordlyd og formål, og på praksis fra EU-organene knyttet til direktivet, og til de tilsvarende bestemmelsene i varemerkeforordningen (207/2009). Det bemerkes at varemerkedirektivet og -forordningen ikke har den samme presiseringen om «uvesentlige endringer eller tillegg» i sin ordlyd, og at det derfor kan være vanskelig å utlede praksis som har overføringsverdi til den foreliggende saken.
- 15 I juridisk teori, Kjennetegnsrett, 3 utg. 2011 s. 96-97 (Lassen & Stenvik), diskuteres det om ulik ordlyd innebærer enn realitetsforskjell mellom varemerkeloven og direktivet. Konklusjonen synes å være at det etter EU-domstolens avgjørelse i sak C-383/99 P BABY DRY må legges til grunn at direktivets krav om en «tydelig avvigelse» for å komme klar av forbudet mot registrering av beskrivende varemerker harmonerer nokså godt med den norske lovens bestemmelse. I den offisielle oversettelsen av nevnte dom benytter den danske oversettelsen «tydelig avvigelse», mens den engelske og tyske oversettelsen lyder «any perceptible difference» og «jede erkennbare Abweichung» som kan oversettes til «ethvert merkbart avvik eller forskjell». Dette kan skape tvil om det stilles krav til en tydelig forskjell mellom merket og det beskrivende ordet, eller om det er tilstrekkelig at gjennomsnittsforbrukeren vil oppfatte at det foreligger en forskjell mellom disse.
- 16 Klagenemnda vil så gjennomgå noen relevante saker fra EU og Norge.

- 17 Fra EU-domstolen nevnes ofte C-37/03 BIOID, bestående av ordet BioID skrevet med ikke helt ordinære skrifttyper samt et kvadratisk punktum og symbolet for registrerte varemerker. I avsnitt 71 - 74 gis det uttrykk for at det skal en del til for at små endringer kan gi et varemerke tilstrekkelig særpreg. Denne saken anses imidlertid ikke helt sammenlignbar med nærværende sak, ettersom saken i hovedsak gir veiledning på at andre elementer enn ordelementer må tas i betraktning som en del av helheten, men at den enkle utformingen ikke ga merket det nødvendige særpreget for å «redde søknaden». I varemerkerettslig teori pekes det på at det her var snakk om «uvesentlige endringer eller tillegg».
- 18 I EU-rettens sak T-640/11 avsnitt 31, som gjelder ordmerket RELY-ABLE, fraviker man rettspraksis som relaterer seg til en sammenstilling av to ikke-distinktive ord, og viser til at denne vurderingen ikke er relevant for vurderingen av et *feilstavet* ord. I premiss 20 slås det fast at feilstavinger normalt sett ikke vil kunne anses tilstrekkelig til at et merke kan vurderes som særpreget, uten at det mer nøyaktig presiseres hva som er vurderingstemaet for denne type merker. Retten synes imidlertid å legge vekt på at dersom feilstavingen ikke påvirker betydningen av ordet uttalemessig, har den ingen innvirkning på merkets konseptuelle innhold.
- 19 I EU-rettens sak T-339/05 LOKTHREAD, premiss 44-45, er det pekt på at gjennomsnittsforbrukeren kan legge en annen betydning i feilstavede ord, slik at feilstavingen ikke tilfører nødvendig særpreg. Det vises også til andre saker hvor EU-retten har hatt til behandling saker som kan sies å havne i kategorien av merker som med vilje er feilstavet, slik som T-147/06 FRESHHH, T-339/05 og T-95/13 HIPERDRIVE. Alle de nevnte merkene er nektet på bakgrunn av at de enten er beskrivende og/eller mangler særpreg.
- 20 Praksis fra norske domstoler er heller ikke særlig omfattende på dette området. Partene har begge vist til Oslo tingretts dom i sak TOSLO-2007-10029 som gjaldt om ordmerket IMPERIA skulle kjennes ugyldig fordi det ville oppfattes som en uvesentlig endring av kvalitetsbetegnelsen «imperial», og dermed var beskrivende for en kvalitet ved varene. Tingretten uttaler følgende om hvordan en slik vurdering skal foretas:
- «Tingrettens vurdering av hva som representerer «uvesentlige endringer eller tillegg» til det registrerte varemerke, og dettes distinktivitet, må skje konkret, på grunnlag av norsk språk og det helhetsinntrykk merket gir både visuelt, fonetisk og betydningsmessig. Vurderingen skal skje på basis av hvordan en alminnelig godt opplyst, rimelig oppmerksom og velunderrettet forbruker i Norge (heretter «Forbrukeren») vil oppfatte IMPERIA for - i det foreliggende tilfelle - flytende nærings- og nytelsesmidler med og uten alkohol.»
- 21 Når det gjelder den konkrete vurderingen som skal foretas, viser Klagenemnda til at Høyesterett i sak HR-1999-34-A, som i utgangspunktet var en inngrepssak, har uttalt følgende om merket SUPERLEK:

«i forhold til ordet «superleke», som åpenbart ikke ville være registrerbart, er forskjellen i og for seg liten. Det er likevel tale om noe annet. Mer enn å være direkte beskrivende for leker av høy kvalitet, har ordet et litt utydelig meningsinnhold som like mye bringer tanken hen på lek. Det utydelige ved ordet er egnet til å skape en viss undring når det brukes som vare kjennetegn for leker eller leketøysvirksomhet.»

22 Annen avdeling har i vurdering av ordmerket S.M.A.R.T. kommet til at det:

«(...) må varemerkerettslig likestilles med ordet «smart». Bruk av punktum mellom bokstavene må anses som en uvesentlig endring i relasjon til varemerkeloven § 13 første ledd annet punktum. Skilletegnene vil ikke forhindre at merket blir oppfattet med samme betydningsmessige innhold som ordet «smart», og heller ikke at det blir uttalt på samme måte, sml. 2. avd. kj. 6822, NIR 1999 s. 733 EXTRA!.»

23 Klagenemnda kan etter dette ikke se at det kan oppstilles en generell regel om hva som vil oppfattes som en «uvesentlig endring» av en beskrivende eller ikke-distinktiv angivelse, f.eks. ved at det fjernes eller legges til en bokstav eller andre tegn, eller en kombinasjon av dette. Avgjørelsen må baseres på en konkret og helhetlig vurdering av det søkte merket.

24 Ved vurderingen må det foretas en vurdering av både det visuelle, fonetiske og konseptuelle inntrykket som merket skaper. Vurderingen må som alltid skje i relasjon til de varer eller tjenester merket er søkt registrert for og i betraktning av hvordan gjennomsnittsforbrukeren av disse varer eller tjenester vil oppfatte merket jf. EU-domstolens avgjørelse i sak C-273/05 P, CELLTECH.

25 Gjennomsnittsforbrukeren for varene (gjengitt i avsnitt 13) vil være både private sluttbrukere og næringsdrivende. Fordi det i foreliggende sak er snakk om forholdsvis billige forbruksvarer som generelt kjøpes rutinemessig og uten større overveielse, vil imidlertid oppmerksomhetsnivået til den private sluttbrukeren være noe lavere enn normalt. Gjennomsnittsforbrukeren skal for øvrig anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. sak C-210/96 Gut Springenheide.

26 I den konkrete vurderingen har utvalget delt seg i et flertall og et mindretall.

27 Førstvoterende, Lill Anita Grimstad, er i mindretall og finner at merket passerer minimumskravet til særpreg ved at det ikke anses å være en uvesentlig endring av den generiske betegnelsen «kefir». I det vesentligste slutter mindretallet seg til Patentstyrets vurdering.

28 Visuelt foreligger det klare likheter mellom merket KÉFI og «kefir» ved at merket inneholder de samme fire første bokstavene. Til tross for likhetene, er ordet merkbart kortere ved at den avsluttende R-en er fjernet. Sammen med den utelatte bokstaven, skaper bruken av akutttegnet over E-en et blikkfang som gjør det umiddelbart tydelig for gjennomsnittsforbrukeren



at han/hun her står overfor noe annet enn den generiske betegnelsen. Førstvoterende anser det lite sannsynlig at dette er endringer som gjennomsnittsfbrukeren vil overse eller ignorere i møtet med merket.

- 29 Det foreligger også fonetiske likheter, men merket er ikke identisk med den beskrivende betegnelsen «kefir». Akuttegnet over E-en i det søkte merket bidrar til å øke likheten mellom KÉFI og «kefir» ved at den understreker hvor trykket i uttalen er ment å ligge. Førstvoterende er imidlertid ikke enig med klager i at den avsluttende R-en knapt vil høres, men er av den oppfatning at dette er en bokstav med tydelig uttale og utgjør således en klar forskjell fra det generiske ordet «kefir».
- 30 Når det gjelder konseptuelle likheter, finner førstvoterende at merket vil kunne skape assosiasjoner til «kefir», og at dette i noe styrket grad gjelder når varemerket benyttes for meieriprodukter. Det legges imidlertid vekt på at ordet ikke finnes i ordinære oppslagsverk og således i utgangspunktet fremstår som et fantasiord. I denne sammenheng pekes det på at ordet ikke har noe tydelig konsept, og derfor verken knytter seg til eller fjerner seg fra den beskrivende betegnelsen «kefir».
- 31 Til klagers anførsel om at det foreligger et friholdelsesbehov for merket KÉFI, finner førstvoterende at dette ikke kan føre frem. Det er vanskelig å se at det skulle foreligge et friholdelsesbehov for ordet ettersom andre aktører uhindret av varemerkeloven § 14 fritt kan omtale sine produkter som kefir. Ut fra dette er det klart at en registrering av merket KÉFI ikke på noen måte vil begrense andre aktørers handlingsrom i merking av sine produkter.
- 32 Førstvoterende har etter en helhetlig vurdering av merket konkludert med at merket ikke er å anse som en uvesentlig endring av ordet «kefir». Den utelatte R-en og akutt-tegnet over E-en påvirker både det visuelle inntrykket så vel som det fonetiske, og etterlater totalt sett et annet helhetsinntrykk enn «kefir». Førstvoterende er av den oppfatning at merket for gjennomsnittsfbrukeren vil fremstå som et villet og ønsket avvik fra den generiske betegnelsen «kefir», slik at merket i relasjon til alle de aktuelle varene vil oppfattes som suggestivt. Det forhold at merket gir assosiasjoner til melkeprodukter er imidlertid ikke tilstrekkelig til å anse merket som beskrivende eller at det mangler særpreg for disse varene, jf. varemerkeloven § 14 første og andre ledd.
- 33 Flertallet, bestående av Kari Anne Lang-Ree og Haakon Aakre, har vurdert saken annerledes.
- 34 Visuelt er det klare likheter mellom merket KÉFI og «kefir», som er en beskrivende betegnelse for melk og melkeprodukter. Forskjellen er at det søkte merket har et akutt-tegn over E-en og en bokstav mindre på slutten av ordet. Både visuelt og fonetisk er begynnelsen av merkene mer fremtredende enn avslutningen.
- 35 Det at det legges til ordinære ortografiske tegn er ifølge rettspraksis og juridisk teori som regel ikke nok, jf. Lassen & Stenvik Kjennetegnsrett, 3 utg. 2011 s. 97, for at en endring skal anses som tydelig. Flertallet er av den oppfatning at akutt-tegnet ikke tilfører det søkte merket særpreg i forhold til «kefir». Trykket i uttalen er på E-en, både for KÉFI og «kefir».

Akutt-tegnet bidrar dermed til å understreke den fonetiske likheten mellom KÉFI og «kefir» ved at det viser hvor trykket i uttalen er ment å ligge.

- 36 Merket er fonetisk nært identisk med den beskrivende betegnelsen. Begge ord har lydene KE og FI felles. På grunn av akutt-tegnet og fordi det er siste bokstav r som er utelatt, vil det uttalemessig være vanskelig for gjennomsnittsforbrukeren å høre forskjell på KÉFI og «kefir» når ordene benyttes i dagligtale. Det vises i denne forbindelse til varemerkeloven § 4 fjerde ledd, om at også muntlig bruk av et tegn anses som varemerkebruk.
- 37 Etter en helhetsvurdering er flertallet av den oppfatning at gjennomsnittsforbrukeren umiddelbart vil oppfatte merket som en angivelse av at produktene består av kefir når merket benyttes på «melk og melkeprodukter». Det aktuelle merket avviker ikke i tilstrekkelig grad fra den generiske betegnelsen til at det kan anses for å ha iboende særpreg for slike produkter. Flertallet kan heller ikke se at merket vil gi forbrukeren assosiasjoner som gjør at det fjerner seg fra ordet «kefir». Det vil oppfattes som en uvesentlig endring av ordet «kefir».
- 38 Når det gjelder de resterende varene som klagen retter seg mot, er flertallet av den oppfatning at det foreligger en tilstrekkelig stor avstand til varene, slik at merket ikke vil oppfattes som en uvesentlig endring av ordet «kefir». Merket vurderes som tilstrekkelig særpreget for «spiselige oljer og fett» i klasse 29, «brød; bakverk og konditorvarer; spiseis; sauser; og is» i klasse 30 og «mineralvann; kullsyreholdig vann og andre ikke-alkoholholdige drikker; fruktdrikker og fruktjuicer; saft og andre preparater til fremstilling av drikker; og smoothies» i klasse 32, og registreringen må opprettholdes for disse.
- 39 På bakgrunn av dette har Klagenemnda kommet til at klagen delvis må tas til følge, og registreringen av ordmerket KÉFI oppheves for «melk og melkeprodukter» i klasse 29.

**Det avsies slik**

## **Slutning**

- 1 Klagen tas delvis til følge.
- 2 Registrering nummer 288591, ordmerket KÉFI, oppheves for «melk og melkeprodukter» i klasse 29.

Lill Anita Grimstad  
(sign.)

Kari Anne Lang-Ree  
(sign.)

Haakon Aakre  
(sign.)