

Úrskurður nr. 1/2019

25. janúar 2019

Andmæli gegn skráningu merkisins LACROSSE TRD. MRK. RUGGED nr. V0107056
LaCrosse Footwear, Inc., Bandaríkjunum gegn ARG Brands AS, Noregi

Málavextir

Þann 1. desember 2017 lagði Angelica Coppini, FORMIR SERCICES LTD., f.h. ARG Brands AS, Torpveien 130, 3241, Sandefjord, Noregi inn umsókn um skráningu vörumerkisins



nr. V0107056. Óskað var skráningar fyrir vörur og þjónustu í flokkum 18, 25 og 35. Merkið var skráð og birt í ELS-tíðindum þann 15. febrúar 2018.

Með erindi, dags. 12. apríl 2018, andmælti Tego ehf., skráningu merkisins f.h. LaCrosse Footwear, Inc., 17634 NE Airport Way, Portland, Oregon 97, Bandaríkjunum. Andmælin byggja á ruglingshættu við vörumerki andmælanda, LACROSSE, sem notað hefur verið hér á landi og erlendis, sbr. 6. tl. 1. mgr. 14. gr. laga nr. 45/1997 um vörumerki (vml.) og 1. mgr. 4. gr. laganna. Enn fremur byggja andmælin á 9. tl. 1. mgr. 14. gr. vml.

Engar athugasemdir bárust frá eiganda og með erindi Einkaleyfastofunnar, dags. 23. ágúst 2018, var aðilum tilkynnt að gagnaöflun væri lokið og að málið yrði tekið til meðferðar á grundvelli fyrirbyggjandi gagna.

Málsástæður og lagarök

Greinargerð andmælanda

Helstu rök andmælanda eru þau að merki eiganda séu ruglingslega lík vörumerki hans, LACROSSE sem hafi verið notað hér á landi um árabíl og erlendis síðan 1897. Fyrirtæki andmælanda hafi verið stofnað í Bandaríkjunum það ár í La Crosse, Wisconsin en árið 2001 flutti andmælandi starfsemi sína til Oregon. Andmælandi markaðssetji fyrst og fremst skófatnað til útivistar og veiða undir merki sínu, Lacrosse, en jafnframt annan fatnað og fylgihluti. Vörumerki andmælanda, bæði orðmerkið og í stílfærslu sé skráð í fjöldamörgum löndum um heim allan.

Andmælandi vísar til þess sem kemur fram í ákvæði 6. tl. 1. mgr. 14. gr. og 1. mgr. 4. gr. vml. Andmælandi tiltekur einnig hvað sé átt við með notkun í atvinnustarfsemi, sbr. 5. gr. laganna og tekur fram að hann hafi selt vörur sínar hér á landi um árabíl eða að minnsta kosti síðan 2011. Vísar andmælandi til meðfylgjandi gagna sem sýna eiga notkun hans m.a. hér á landi. Meðal þeirra eru t.d. upplýsingar um að Sjóklæðagerðin ehf. hafi verið með vörur andmælanda



til sölu, samskipti milli umboðsaðila og sérleyfishafa andmælanda í Danmörku svo og reikningar sem andmælandi telur að sýni fram á að vörur hans hafi verið markaðssettar, boðnar til sölu og seldar hér á landi frá árinu 2014 til dagsins í dag. Andmælandi leggur fram ýmis önnur gögn, þ. á m. sölutölur áráanna 2014-2018.

Af framlögðum gögnum megi sjá að andmælandi hafi notað merki sitt LaCrosse hér á landi í atvinnuskyni í skilningi laganna en um sé að ræða orðmerkið LaCrosse og orð- og myndmerkið



Andmælandi bendir á að til þess að ruglingshætta teljist vera fyrir hendi þurfi tvö skilyrði að vera uppfyllt. Annars vegar þurfi að vera fyrir hendi merkjalíking og hins vegar vöru- og/eða þjónustulíking. Meta verði þessa þætti alla saman út frá sjónarhóli neytandans og þeirri staðreynd að hinn almenni neytandi hefur yfirleitt aðeins annað merkið fyrir augum hverju sinni. Þá sé almennt talið að því líkari sem merkin eru, þeim mun ólíkari þurfi vörunar eða þjónustan að vera og öfugt. Það sem úrslitum ráði er hvort heildarmyndin sé svo lík að ruglingi geti valdið og þá þurfi að skoða og leggja mat á það hvaða hlutar merkjanna séu mest áberandi og lifi í minni neytenda.

Hvað varðar mat á ruglingshættu milli orðmerkisins LACROSSE, nr. V0107058 og vörumerkis andmælanda er ljóst að hans mati að um sé að ræða eins vörumerki og því sé fullkomin merkjalíking.



Varðandi mat á ruglingshættu milli merkisins



nr. V0107056 og vörumerkja

andmælanda, LaCrosse (orðmerki) og er að mati andmælanda ljóst að vörumerkin séu mjög lík að því leyti að mest áberandi hluti merkjanna er orðhlutinn LACROSSE. Aðrir hlutar merkis eiganda séu ekki til þess fallnir að auka sérkenni þess og aðgreina frá merki andmælanda. Að mati andmælanda er letur merkisins einfalt og sama má segja um stílfærsluna. Það að innramma orðhlutann LACROSSE auki mikilvægi þess í vörumerkinu og minni enn frekar á stílfært merki andmælanda sem einnig sé rammað inn. Orðhlutinn RUGGED, sem megi þýða á íslensku sem *hrjúfur*, *sterkbyggður*, *óheflaður*, virki einungis sem frekari útlistun á aðalhluta merkisins, þ.e. orðhlutanum LACROSSE. Þá vísi bókstafirnir TRD.MRK aðeins til þess að um sé að ræða vörumerki eða *trademark* á ensku.



Að mati andmælanda eiga sömu rök við hvað varðar mat á ruglingshættu milli

Lacrosse
PREMIUM LINE

nr. V0107057 og vörumerkja andmælanda. Orðhlutinn LACROSSE sé mest áberandi og ólík leturgerð breyti þar engu um þar sem fullkomin hljóðlíking sé með merkjunum og sjónlíking sé mjög mikil. Orðhlutarnir *premium line* séu aðeins til þess fallnir að vísa til þess að um sé að ræða gæða vöru eða verðlauna vöru og vísar andmælandi til merkinga orðanna *premium* og *line*. Orðasambandið gefi því aðeins til kynna að um sé að ræða verðlaunaða línu af vörum sem beri aðal vörumerkið LACROSSE.

Hvað vörulíkingu varðar þá bendir andmælandi á að merki eiganda séu skráð fyrir vörur í flokkum 18 og 25 og þjónustu í flokki 35. Að mati andmælanda er um að ræða vörur sem að hluta til séu þær sömu og hann noti vörumerki sitt fyrir hér á landi og annars staðar og hafi byggt upp sterkt vörumerki fyrir gæðavörur. Að mati andmælanda er fullkomin vörulíking hvað varðar flokk 25 en um sé að ræða vörur sem notaðar séu á sama hátt og fáist í sömu verslunum.

Andmælandi telur vörurnar í flokki 18 vera líkar þar sem um sé að ræða sömu neytendur að vörunum, þ.e. þeir sem kaupi skó, fatnað og töskur eða hinn almenni neytandi sem sé jafnframt vanur því að þessar vörur fáist í sömu verslunum og séu framleiddar af sömu framleiðendum undir sömu vörumerkjum.

Andmælandi bendir á að í flokki 35 sé um að ræða tilgreiningu sem taki yfir verslun með þær vörur sem hann noti merki sitt fyrir og selji vörur sínar m.a. í gegnum netið og noti vefsíðu sína og samfélagsmiðla til að kynna og auglýsa vörur sínar.

Andmælandi ítrekar að við mat á ruglingshættu þurfi að vera fyrir hendi annars vegar merkjalíking og hins vegar vöru- og/eða þjónustulíking. Meta verði þessa þætti út frá sjónarhóli neytandans og þeirri staðreynd að hinn almenni neytandi hefur yfirleitt aðeins annað merkið fyrir augum hverju sinni. Að mati andmælanda séu vörumerkin sem hér um ræðir mjög lík þar sem mest áberandi og sérkennandi hluti þeirra sé orðið LACROSSE. Jafnframt sé um að ræða sömu eða mjög sambærilegar/líkar vörur.

Andmælandi byggir andmæli sín einnig á 9. tl. 1. mgr. 14. gr. vml. og vísar til þess sem kemur fram í ákvæðinu. Hann hafi framleitt og selt vörur sínar, þ.e. skófatnað, vöðlur, fatnað o.fl. allt frá árinu 1897. Andmælandi ítrekar að hann hafi skráð merkið í fjölda mörgum ríkjum um heim allan og vísar til fylgiskjals þar sem þessar upplýsingar koma fram. Vörur andmælanda hafi verið vinsælar um allan heim, þ.m.t. í Evrópu. Andmælandi nefnir einnig sérstaklega markaði á Norðurlöndunum og vísar til upplýsinga um sölutölur í Evrópu og á Norðurlöndunum.

Fram kemur að andmælandi selji vörur sínar til yfir 200 landa um heim allan og hann sé virkur á öllum helstu samfélagsmiðlum, svo sem Facebook, Twitter og Instagram og hafi þar fjölda fylgjenda. Fyrirtækið hafi verið starfrækt í yfir 100 ár og sé vel þekkt fyrir hágæðavörur.



Andmælandi getur þess einnig að hann hafi unnið fyrir bandarísk hermálayfirvöld og séð þeim fyrir skófatnaði. Í ljósi þess telur andmælandi að leiða megi að því líkur að eiganda hafi verið vel kunnugt um vörumerki andmælanda enda sé það aldagamalt og vel þekkt.

Í ljósi framangreinds fer andmælandi fram á að vörumerkjaskráning nr. V0107056 verði felld úr gildi fyrir allar vörur og þjónustu sem merkið er skráð fyrir hér á landi.

Engar athugasemdir bárust frá eiganda.

Niðurstaða

Andmælin ásamt greiðslu gjalds bárust innan tilskilins frest og teljast þau því lögmæt.



Andmælt er skráningu vörumerkisins nr. V0107056. Andmælin byggja á ruglingshættu við merki andmælanda, LACROSSE sem hafi verið notað hér á landi, bæði sem



orðmerki og stílfært, vörumerki (vml.).

sbr. 6. tl. 1. mgr. 14. gr. laga nr. 45/1997 um

Notkun, sbr. 2. tl. 1. mgr. 3. gr. vml.

Áður en leyst verður úr því álitaefni hvort að ruglingshætta sé til staðar með merki eiganda og merkjum andmælanda verður fyrst að skera úr um það hvort að andmælandi teljist hafa öðlast vörumerkjarétt á grundvelli notkunar.

Samkvæmt 2. tl. 1. mgr. 3. gr. vml. getur vörumerkjaréttur stofnast með notkun vörumerkis sem er og hefur verið notað hér á landi fyrir vörur eða þjónustu. Samkvæmt ákvæðinu fellur vernd vörumerkja sem byggð er á notkun niður um leið og notkun merkis er hætt, þ.e.a.s. að rétturinn er einungis fyrir hendi svo lengi sem notkunin á sér sannanlega stað. Í athugasemdum við 3. gr. í greinargerð með frumvarpi því er varð að lögum nr. 45/1997 kemur fram að ef aðili getur sannað að hann hafi fyrstur notað ákvæðið vörumerki sé vörumerkjarétturinn hans svo lengi sem notkunin á sér sannanlega stað. Þá segir í 7. gr. vml. að þegar tveir eða fleiri, hver um sig, krefjast vörumerkjaréttar á auðkennum er villast megi á gangi eldri réttur fyrir yngri. Í athugasemdum við ákvæðið í greinargerð með frumvarpinu segir enn fremur að ákvæðið eigi við um vörumerki hvort sem þau séu skráð eða ekki.

Í 5. gr. vml. er skilgreint hvað felst í notkun vörumerkis í atvinnustarfsemi. Með notkun í skilningi ákvæðisins er m.a. átt við að merki sé sett á vöru eða umbúðir hennar, vara eða þjónusta auðkennd með merki sé boðin til sölu, markaðssett eða markaðssetning undirbúin, vara eða þjónusta auðkennd með merki sé flutt inn eða út og merki sé notað í auglýsingum,



bréfhásum eða á annan sambærilegan hátt. Ekki er um tæmandi talningu að ræða á því hvað telst vera notkun. Ekki er heldur gerð krafa um tímalengd eða umfang notkunar en þó er gerð krafa til þess að um raunverulega notkun sé að ræða, sbr. dóm Hæstaréttar frá 6. maí 2009 í máli nr. 437/2008.

Við mat á því hvort betri réttur teljist hafa stofnast fyrir notkun er ávallt miðað við umsóknardag; hér, umsóknardag hins andmælda merkis, þ.e. 1. desember 2017.

Þegar sýna á fram á notkun vörumerkis þarf því að sýna fram á notkun þess í því landi sem réttindin eiga að verða til í. Meðal þeirra gagna sem andmælandi leggur fram og sýna eiga fram á notkun hér landi eru tvær auglýsingar sem birtust í Fréttatímanum annars vegar frá október 2011 og hins vegar frá desember 2011 og söluveikningar frá árunum 2014, 2015, 2016 og 2018. Önnur gögn andmælanda eru annað hvort ódagsett eða lúta ekki að notkun hans á merkinu hér á landi.

Af framlögðum gögnum má ráða að þegar andmæli bærust hafi vörur, nánar tiltekið skór, verið merktar með merki andmælanda verið í sölu hér á landi og verður 6. tl. 1. mgr. 14. gr. vml. tekinn til nánari skoðunar.

Ruglingshætta, sbr. 6. tl. 1. mgr. 14. gr. vml.

Meginhlutverk vörumerkja er að greina vörur og þjónustu eins aðila frá vörum og þjónustu annarra, sbr. 2. gr. vml. Í 1. mgr. 4. gr. laganna kemur fram að í vörumerkjarétti felist að aðrir en eigandi vörumerkis megi ekki heimildarlaust nota í atvinnustarfsemi tákn sem eru eins eða lík vörumerki hans. Þau skilyrði eru sett að notkun taki til eins eða svipaðrar vöru eða þjónustu og vörumerkjarétturinn nær til og hætt sé við ruglingi, þ.m.t. að tengsl séu með merkjunum.

Í 6. tl. 1. mgr. 14. gr. vml. er kveðið á um að óheimilt sé að skrá merki ef villast má á því og vörumerki sem skráð hefur verið hér á landi eða hefur verið notað hér þegar umsókn um skráningu er lögð inn og er enn notað hér. Það sem einkum skiptir máli við mat á því hvort ruglingshætta verður talin vera með vörumerkjum er hvort sjón-, hljóð- og vöru-og/eða þjónustulíking sé með merkjunum. Meta verður þessa þætti alla saman út frá sjónarhóli neytandans og þeirri staðreynd að hinn almenni neytandi hefur yfirleitt eingöngu annað merkið fyrir augum hverju sinni. Þá er almennt talið að því ólíkari sem merkin eru, þeim mun skyldari eða svipaðri megi vörurnar eða þjónustan vera og öfugt. Það sem úrslitum ræður er hvort heildarmyndin sé svo lík að ruglingi geti valdið.

Merki það sem hér um ræðir eru annars vegar merki eiganda



og hins vegar



merki andmælanda; LACROSSE og

. Að mati Einkaleyfastofunnar er



merkjalíking til staðar þar sem mest áberandi og sérkennandi hluti bæði merkja eiganda og andmælanda er orðhlutinn LACROSSE. Orðhlutinn *rugged* er ekki til þess fallinn að draga athyglina frá sérkennandi hluta merkisins, þ.e. *lacrosse*. Að mati stofnunarinnar er því til staðar sjón- og hljóðlíking með merki eiganda og merkjum andmælanda.

Vöru- og þjónustulíking

Eins og áður hefur komið fram er það mat stofnunarinnar að andmælandi hafi sýnt fram á notkun fyrir *skófatnað* en slíkar vörur falla í flokk 25.

Merki eiganda skráð fyrir eftirtaldar vörur og þjónustu:

Flokkur 18: *Töskur; skjalatöskur; lyklahulstur; fatapokar fyrir ferðalög; ferðatöskur; netapokar fyrir innkaup; innkaupapokar; handtöskur; snyrtitöskur, ófylltar; kreditkortahulstur [veski]; ólar fyrir hermannabúnað; vasaveski; moldvörpuskinn [eftirlíking af leðri]; tónlistarhulstur; regnhlífur; veski; koffort [farangur]; ferðasett [leðurvörur]; bakpokar; leður, óunnið eða hálfunnið; kortaveski [seðlaveski]; strandtöskur.*

Flokkur 25: *Bindi; belti [fatnaður]; skótau; vettlingar; hálfstígvél; hanskar [fatnaður]; hattar; hettur [klæðnaður]; treflar; ennisbönd [fatnaður]; fatnaður; höfuðföt; sólar fyrir skóbúnað; útifatnaður; axlarlindar til að klæðast.*

Flokkur 35: *Innflutnings-útflutningsskrifstofur; smásala á vefnum fyrir töskur, fatnað, skótau og leður (óunnið eða hálfunnið); tískusýningar í auglýsingaskyni/kynningarskyni.*

Að mati stofnunarinnar er algjör vörulíking hvað varðar *skótau; hálfstígvél* og *sólar fyrir skóbúnað*. Þá er almennt talið að líkindi séu með *fatnaði, höfuðfatnaði* og *skófatnaði* í flokki 25 þar sem tilgangur þeirra er sá sami, ekki er loku fyrir það skotið að sami framleiðandi framleiði annars vegar fatnað og hins vegar skó. Markhópurinn er almennt sá sami og dreifingaleiðirnar eru þær sömu. Með vísan til framangreinds er það mat stofnunarinnar að vörulíking sé til staðar með tilgreindum vörum eiganda í flokki 25 og *skófatnaði* sem merki andmælanda hefur verið notað fyrir.

Hvað vörur varðar sem falla í flokk 18 þá hefur m.a. *fyrsta dómstig* Evrópudómstólsins (e. Court of First Instance) sagt í niðurstöðum sínum að varlega þurfi að stíga til jarðar þegar það kemur að mati á vörulíkingu milli flokka 18 og 25.¹ Í niðurstöðu dómstólsins t.d. í máli nr. T-169/03 (SISSI ROSSI) frá 1. mars 2005, segir að einhver líking geti verið með kventöskum og kvenskóm, m.a. sú staðreynd að í einhverjum tilvikum séu þær seldar á sama stað. Enn fremur segir að sá munur sem er á vörunum sé ekki það mikill að það útiloki í sjálfu sér möguleika á ruglingshættu, sérstaklega þegar um er að ræða merki sem er nákvæmlega eins og eldra merki.²

¹ T-443/05, 43. mgr., Ákvörðun áfrýjunarnefndar (Board of Appeal) EUIPO í máli nr. R 1366/2007-2, 47. mgr.

² Sjá 68. mgr.



Í dómi *fyrsta dómstigs* í máli nr. T-443/05 frá 11. júlí 2007, reyndi einnig á líkingu með vörum í flokki 18 og 25. Þar var niðurstaðan meira afgerandi varðandi t.d. töskur og veski. Í þeirri niðurstöðu segir að taka verði með inn í matið á vörulíkingu að slíkar vörur sé oft seldar með vörum sem falla í flokk 25 í stærri verslunum og sérhæfðari búðum.

Þrátt fyrir að ýmiss konar töskur kunni að hafa annan tilgang en fatnaður, skófatnaður og höfuðfatnaður þá teljast þær almennt til fylgihluta með fatnaði. Vörurnar eru oftast en ekki seldar í sömu verslunum og ekki loku fyrir það skotið að aðili sem framleiði fatnað, framleiði einnig ýmiss konar töskur þannig að hinn almenni neytandi telji að vörurnar eigi sér sama viðskiptalegan uppruna.³

Að mati Einkaleyfastofunnar er vörulíking til staðar hvað varðar *töskur; handtöskur og strandtöskur*. Enn fremur er það mat stofnunarinnar að einhver líking sé með *netapokum; fyrir innkaup; innkaupapokum og bakpokum*.

Það er hins vegar mat stofnunarinnar að ekki sé til staðar vörulíking með vöru andmælanda og eftirtöldum vörum eiganda: *skjalatöskur; lyklahulstur; fatapokar fyrir ferðalög; ferðatöskur; snyrtitöskur, ófylltar; kreditkortahulstur [veski]; ólar fyrir hermannabúnað; vasaveski; moldvörpuskinn [eftirlíking af leðri]; tónlistarhulstur; regnhlífur; veski; koffort [farangur]; ferðasett [leðurvörur]; leður, óunnið eða hálfunnið; kortaveski [seðlaveski]*. Að mati stofnunarinnar er eðli og tilgangur þessara vara annar en skófatnaðar, vara andmælanda og ofangreindar vörur koma ekki í stað hvernar annarrar, ekki er um samkeppnisvörur að ræða, þær bæta ekki hverja aðra upp og þær koma ekki inn á markaðinn eftir sömu leiðum.

Að mati stofnunarinnar er skörun með *skófatnaði* og [smásölu á vefnum]⁴ *fyrir töskur, fatnað, skótau* í flokki 35, sbr. umfjöllun um vörulíkingu í flokkum 18 og 25. Það er hins vegar mat stofnunarinnar að ekki séu til staðar líkindi með vöru andmælanda, *skófatnaði* og *innflutnings-útflutningsskrifstofu, smásölu á vefnum fyrir leður (óunnið eða hálfunnið)* né *tískusýningum í auglýsinga/kynningarskyni* í flokki 35.

Vond trú, sbr. 9. tl. 1. mgr. 14. gr. vml.

Andmælandi byggir ennfremur á því eigandi hafi verið í vondri trú þegar hann lagði inn umsókn um skráningu merkisins og því verið fullkunnugt um öll réttindi andmælanda víða um heim. Að öðru leyti rökstyður andmælandi ekki að hvaða leyti ákvæðið á við í því máli sem hér um ræðir. Samkvæmt 9. tl. 1. mgr. 14. gr. vml. má ekki skrá vörumerki ef villast má á merkinu og merki sem verið hefur í notkun í öðru landi á þeim tíma er umsókn var lögð inn eða frá forgangsréttardegi og er enn notað þar fyrir sömu eða líkar vörur/þjónustu og yngra merkið óskast skráð fyrir og umsækjandi vissi eða hefði mátt vita um erlenda merkið.

³ Ákvörðun áfrýjunarnefndar (Board of Appeal) EUIPO í máli nr. R 1366/2007-2, 49. mgr.

⁴ Tilgreiningin *smásala á vefnum* er aðeins tekin fram samhengisins vegna.



Í vörumerkjarétti gilda meginreglunnar *fyrstu kemur, fyrstur fær* og að um landsbundin rétt sé að ræða. Allar undantekningar frá meginreglunum skal túlka þröngt og hefur það verið staðfest bæði í úrskurðum áfrýjunarnefndar og niðurstöðum dómstóla.

Í ákvæði 9. tl. er bæði nefnt notkun merkis í öðru landi og *erlent* merki. Að mati Einkaleyfastofunnar gefur orðalag ákvæðisins til kynna að ekki sé unnt að beita ákvæði 9. tl. þegar merki hefur annað hvort verið notað hér á landi og/eða er skráð hér landi en í dómi Hæstaréttar í máli nr. 97/2016 er varðaði vörumerkið SUSHISAMBA, er vísað til greinargerðar þeirrar sem fylgdi frumvarpi til breytinga á vörumerkjalögunum en þar segir m.a. að „aðeins sé unnt að beita ákvæðinu þegar merkið, sem sótt er um, er eins eða næstum eins og *erlenda merkið*...“. Í ljósi þess að sýnt hefur verið fram á notkun merkis andmælanda að einhverju marki hér á landi eru ekki skilyrði fyrir því að taka ákvæði 9. tl. til frekari skoðunar.

Með vísan til alls framangreinds er það mat Einkaleyfastofunnar að andmælandi hafi öðlast vörumerkjarétt á grundvelli notkunar á merkinu LACROSSE fyrir *skófatnað*, fyrir umsóknardag hinna skráðu merkja. Með vísan til 2. tl. 1. mgr. 3. gr. vml., og 6. tl. 1. mgr. 14. gr. vml eru



andmæli gegn skráningu merkisins nr. V0107056, því tekin til greina að hluta.

Úrskurðarorð

Skráning merkisins LACROSSE TRD. MRK. RUGGED nr. V0107056, skal felld úr gildi fyrir allar vörur í flokki 25, *töskur; netapoka fyrir innkaup; innkaupapoka; handtöskur; bakpoka; strandtöskur* í flokki 18 og [smásölu á vefnum] *fyrir töskur, fatnað, skótau* í flokki 35.

Merkið skal halda gildi sínu fyrir *skjalatöskur; lyklahulstur; fatapokar fyrir ferðalög; ferðatöskur; snyrtitöskur, ófylltar; kreditkortahulstur [veski]; ólar fyrir hermannabúnað; vasaveski; moldvörpuskinn [eftirlíking af leðri]; tónlistarhulstur; regnhlífur; veski; koffort [farangur]; ferðasett [leðurvörur]; leður, óunnið eða hálfunnið; kortaveski [seðlaveski]* í flokki 18 og *innflutnings-útflutningsskrifstofu, smásölu á vefnum fyrir leður (óunnið eða hálfunnið) og tískusýningar í auglýsinga/kynningarskyni* í flokki 35.



Hanna L. Karlsdóttir, lögfr.

Vakin er athygli á því að skv. 1. mgr. 63. gr. laga um vörumerki geta aðilar máls áfrýjað ákvörðun Einkaleyfastofunnar **innan tveggja mánaða frá dagsetningu úrskurðarins** til áfrýjunarnefndar hugverkaréttinda á sviði iðnaðar. Áfrýjunargjald samkvæmt gildandi reglugerð um gjöld fyrir einkaleyfi, vörumerki, hönnun o.fl. greiðist atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneyti við áfrýjun. Vinnist mál hjá áfrýjunarnefnd er hluti áfrýjunargjalds endurgreitt.