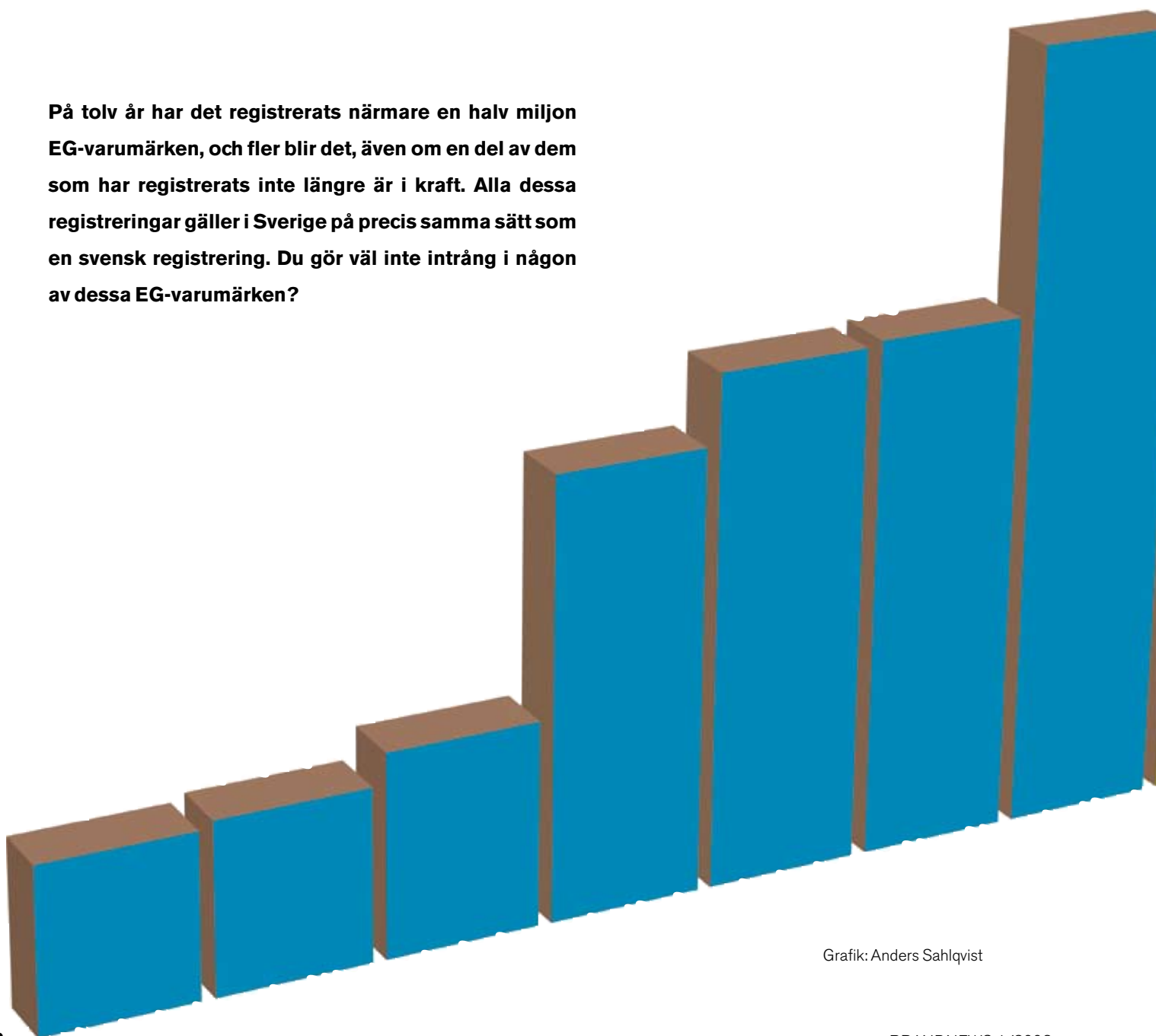


tolv år vid ohim

HÖGEN MED EG-VARUMÄRKEN VÄXER

- men den svenska andelen sjunker

På tolv år har det registrerats närmare en halv miljon EG-varumärken, och fler blir det, även om en del av dem som har registrerats inte längre är i kraft. Alla dessa registreringar gäller i Sverige på precis samma sätt som en svensk registrering. Du gör väl inte intrång i någon av dessa EG-varumärken?



Grafik: Anders Sahlqvist

426.269

Av Christer Löfgren

För bara ett par nummer sedan var temaartikeln i BrandNews en genomgång av domar kring EG-varumärkesansökningar och –registreringar under 2007. Det följde även med några andra varumärkesfall med ursprung i enskilda länder som hade hamnat hos EG-domstolen för erhållande av riktlinjer för bedömningarna.

Denna artikel fokuserar också på EG-varumärket, men inte på bedömningarna utan istället på andra aspekter och på hur tillväxten är. Hur stort är EG-varumärkesystemet, hur många och vilka utnyttjar det, vilka språk används, hur har det gått för de första ansökningarna vi uppmärksammade? Det och många andra frågor skall här grävas fram ur statistik och databas.

Vi skall även sätta fingret på den oroväckande utvecklingen för svensk del.

600 miljoner kronor i vinst

Vi börjar förstås från början, vilket var första april 1996. Efter omfattande förberedelser kunde man den dagen öppna Office for Harmonization in the Internal Market (OHIM) i kuststaden Alicante söder om Valencia i östra Spanien. På svenska är den officiella benämningen Kontoret för Harmonisering av Interna Marknaden (KHIM), men om man vill prata svenska är benämningen Varumärkesbyrån mer använt. Vanligaste benämningen torde dock vara OHIM även på svenska.

Det är en EU-”myndighet” med en mycket stark ekonomi, trots avgiftssänkningar. Under 2006 blev vinsten drygt 600 miljoner kronor.

Som kuriosita kan nämnas att OHIM:s informationscenter under 2006 fick ta emot drygt 29 000 telefonsamtal och drygt 10 000 skriftliga förfrågningar.

OHIM handlägger både EG-varumärket och EG-design.

Myndigheten har fem officiella arbetspråk: engelska, franska, tyska, italienska och spanska, men de anställda hämtas förstas från fler länder än de officiella språken vittnar om.

Man handlägger ansökningar internt i flera nivåer och en är förstas *granskning* och *registrering*. Därutöver finns en *invändningsavdelning* som går vidare i bedömningen av de ansökningar som för invändningar emot sig. Parter som inte är nöjda utan blir nekade registrering av registreringsavdelningen, alternativt får beslutet i invändningsärendet emot sig, kan överklaga till *Besvärskamrarna* som är OHIM:s egen överinstans.

Besvärskamrarna vid OHIM har 23 domare. En av dessa är svensk/danska Ulla Wennermark.

Engelska överallt ...

Att engelskans betydelse som affärsspråk är stort, illustreras tydligt genom OHIM:s statistik. Dominansen är nästan löjlig. I ganska precis 96 procent av alla ansökningar som har kommit in till OHIM under de tolv år som myndigheten funnits, har engelska varit första eller andraspråk.

När man lämnar in en ansökan till OHIM så kan den vara på vilket EU-språk som helst och för en svensk då lämpligen på svenska. Som bekant räcker dock inte detta utan man måste även ange ett alternativt handläggningspråk, och endast ur kvintetten av OHIM:s officiella arbetspråk.

Ett misstag man som svensk sökande kan göra i vår angliciserade affärsvärld är att ange engelska som förstaspråk bara för att man har det som koncernspråk. Skulle man sätta engelska i första hand så måste man ändå välja något av alternativspråken tyska, franska, spanska eller italienska, och som bekant är kunskaperna i dessa språk inte lika stora här i landet.

Drygt 42 procent av ansökningarna har engelska som förstaspråk. Näst största förstaspråk är tyskan, som används i drygt 19 procent av ansökningarna. Denna fördelning har varit kontinuerlig och såg i stort sett likadan ut efter de tre första åren vid OHIM. Därunder har såväl franskan som spanskan närmat sig de toppspråken, om än på en helt annan nivå med 8,8 procent var.

Det kan noteras att svenskan är sjunde populäraste förstaspråk och angetts för 14 058 ansökningar genom åren. Detta motsvarar 2,2 procent av det totala antalet ansökningar. Svenska finns därmed med i 1 200 fler ansökningar än de som skickas från Sverige.

När det gäller valet av andraspråk är engelskans dominans mycket större. Nästan 54 procent av ansökningarna som lämnas in

har engelska som andraspråk. Franskan är näst störst med 25 procent och övriga tre har tillsammans angivits som andraspråk i mindre än 21 procent av ansökningarna.

FAKTA OHIM

Antal anställda	660
varav svenskar	14
Handläggare	74
varav svenskar	6

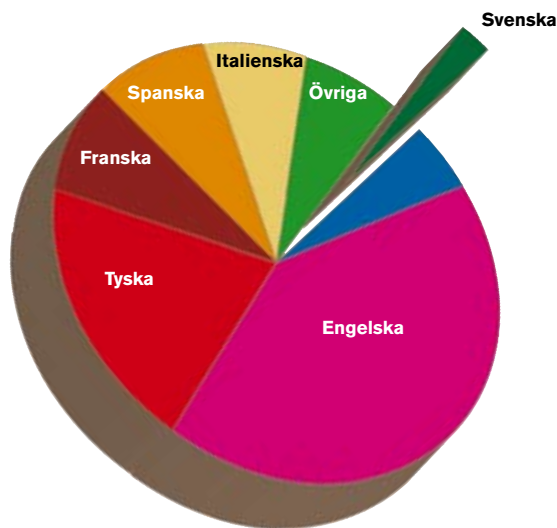


OHIM i Alicante

... medan spanskan tappar mark

Det kan vara värt att notera att spanskan har tappat mark när man jämför hur det ser ut efter tolv år jämfört med efter de tre första åren. Andelen ansökningar med spanska som andraspråk

tolv år vid ohim



har minskat med över 28 procent och står idag för blott 6,2 procent av andraspråken. Samtidigt som italienskan har ökat med nästan 50 procent och idag är jämnstort med spanskan.

Ett skäl till spanskans nedgång är förstås att många vid starten trodde att det var en fördel att ha lokala spanska ombud mot OHIM, medan man idag vet att ombudens hemvist inte är av någon betydelse.

Ansökningar

Som nämns i ingressen har det snart registrerats en halv miljon EG-varumärken. När det gäller antalet ansökningar passerades halvmiljonstrecket under 2006. När 2007 summerades hade drygt 642 000 ansökningar lämnats in.

En detalj att notera är att det fortfarande efter tolv år inte går att säga vart den normala nivån för antalet ansökningar per år ligger. Man skulle kunna spekulera i att den normala nivån ligger mellan 55 000 och 60 000 ansökningar, eftersom den nivån nåddes tre gånger innan den nuvarande högkonjunkturen tog fart ordentligt. Emellertid slutade 2007 på över 88 000 ansökningar, en väsensskild nivå med 30 000 fler ansökningar.

Rimligtvis innebar utvidgningen av EU med tio länder 2005 att nivån för antalet EG-varumärken också borde ha ökat. Det var följaktligen 2005 som antalet ansökningar för första gången sprängde 60 000-vallen. Även om de två senaste tillskotten i EU-familjen åtminstone är intressanta produktionsländer så borde tillskottet kanske ha haft mindre effekt på EG-varumärket.

Elektronisk ansökan

Hela 67 procent av ansökningarna lämnades under 2007 in elektroniskt, alltså via nätet. Möjligheten att lämna in elektroniska ansökningar kom 2003 och utnyttjandet har fullkomligt exploderat de senaste två åren.

Lite kuriosas är att när det gäller nationella ansökningar till svenska Patent- och registreringsverket, var andelen elektroniska ansökningar under 2007 nästan exakt densamma som hos OHIM, 67,5 procent.

OHIM har försökt få mer fart på handläggningen genom att organisera om. Under 2006 ändrades handläggningsarbetet: istället för att en ansökan passerades flera handläggare, var och en specialist inom sin nisch, så gäller "one examiner one file". Man har därmed fått mer flyt och fart i handläggningen.

Sverige tappar mark

När man fördelar ansökningarnas härkomst på länder, är trenden för Sveriges del negativ och egentligen lite oroväckande.

Från Sverige har det kommit in 12 817 ansökningar under de tolv åren, vilket motsvarar 2,11 procent av det totala antalet, ett till synes acceptabelt antal.

Under perioden 1997-2002 var Sverige nia på listan över flitigaste ansökarländer, med god marginal före 10:an Schweiz. Från och med 2003 har vi emellertid inte bara blivit omsprungna av Schweiz, utan även akterseglade. Ser man till de årliga tillskotten med ansökningar under de senaste sju åren så har Schweiz stått för över 2 procent av det totala antalet ansökningar alla år utom ett. För svensk del så har vi klättrat över två procent under endast ett av de sju åren, och det var 2007. Schweiz har samtidigt under de senaste två åren varit ytterst

nära att nå tre procent av totalen.

Även Österrike, som visserligen totalt sett ligger efter Sverige, har de senaste fyra åren legat klart över två procent av totalen.

Det är mycket procent och listplaceringar hit och dit, men kalla fakta är att svenska företag av någon anledning inte hänger med riktigt i utvecklingen. I fasta tal ser det inte så dåligt ut, det kom in drygt 1 800 ansökningar under 2007, jämfört med 713 under 1997. Men det är trots allt den relativa jämförelsen som är mest intressant.

Varför? Hur ser framtiden ut?

Det finns därför ett antal frågor att besvara för regeringen och Svenskt Näringsliv:

- Har de schweiziska och österrikiska företagen varit skickligare än de svenska på att utnyttja högkonjunkturen?
- Eller är det så enkelt som att nytänkandet och entreprenörsaktiviteten är större i de två alpländerna?
- Är det fler där än här som ser hela EU som en marknad?
- Lyckades både Schweiz och Österrike bättre när det gäller att behålla sina internationella företag inom landet?
- Är de två ländernas företag finansiellt starkare så att de köper upp andra internationella företag?

När det gäller den sistnämnda frågan kan det noteras att även om företagen blir utlandsägda så kan varumärkesrättigheterna ligga kvar i Sverige. Ett exempel är att nya varumärken från GM-ägda Volvo

Personvagnar registreras genom ett svenskt aktiebolag och hamnar därmed i statistiken som svenska ansökningar. Likaså när det gäller det mycket varumärkesaktiva AstraZeneca, de söker om inte allt så i alla fall mycket från Södertälje. Däremot söks till synes alla varumärken, som exempelvis en ny variant på NORDSJÖ, för AkzoNobel från Nederländerna.

När trenden är flerårig och tydlig finns det anledning att se med viss oro på utvecklingen. Den svenska marknaden är för liten för att bygga lite större företag, det krävs internationella satsningar. När det nu finns tydliga tecken på att vi inte satsar lika hårt på framtiden som andra på flera sätt jämförbara länder, så borde kanske såväl regeringen som Svenskt Näringsliv och Företagarna titta närmare på detta. Just det faktum att varumärkesansökningar handlar om framtiden borde göra att varningsklockan ringer tydligt.

USA tappar mest

Det kan i sammanhanget tilläggas att såväl Japan som USA tillhör de som tappar i i dessa relativa jämförelser, och det under större delen av 2000-talet.

De senaste åren har den tidigare till synes ointagliga topplatsen för USA förvandlats till en andraplats på årsbasis efter Tyskland. Det anmärkningsvärda är att Tyskland har legat förhållandevis stilla

relativt sett under alla tolv åren, medan USA har tappat från en andel om 25 procent fram till och med år 2000 till knappt 16 procent under 2007.

Om det finns anledning att reagera på utveckling för svensk del så borde det vara akut för det amerikanska näringslivet att titta närmare på utvecklingen och försöka hitta orsaker.

Ser man till det totala antalet ansökningar under de tolv åren innebär drygt

133 000 ansökningar fortfarande en förstaplats för USA. Tyskland har med drygt 106 000 ansökningar, 17,6 procent, en säker andraplats medan Storbritannien intar tredjeplatsen med drygt 75 000 ansökningar, vilket motsvarar 12,4 procent.

Våra nordiska grannar har följande siffror totalt:

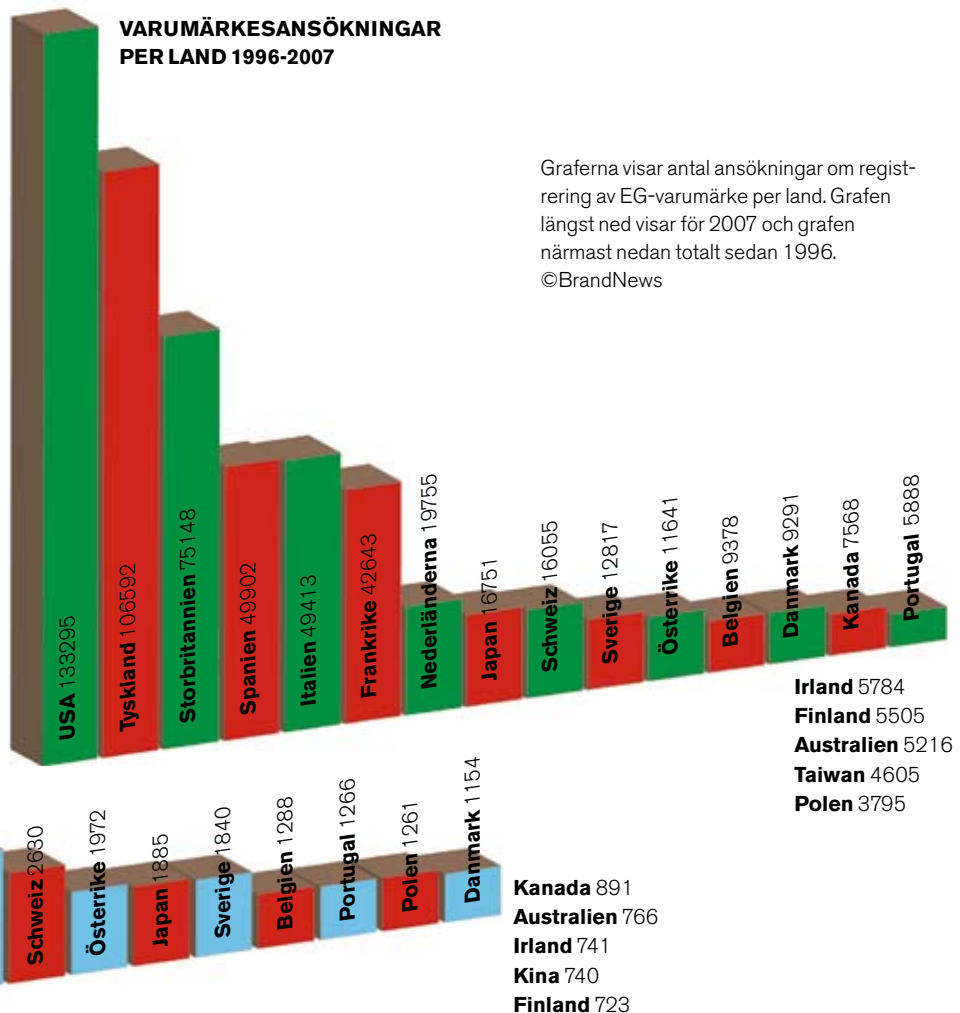
Danmark, 9291, 1,53 procent
Finland 5505, 0,91 procent
Norge 1511, 0,24 procent

selecta

Några varumärkesansökningar anno 1996.

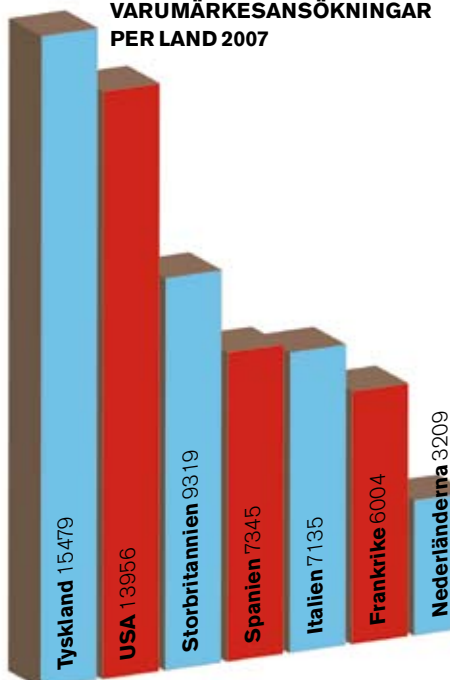


VARUMÄRKESANSÖKNINGAR PER LAND 1996-2007



Graferna visar antal ansökningar om registrering av EG-varumärke per land. Grafen längst ned visar för 2007 och grafen närmast nedan totalt sedan 1996.
©BrandNews

VARUMÄRKESANSÖKNINGAR PER LAND 2007



tolv år vid ohim

Som jämförelse kan nämnas att det svenska patentverket fick in 10 085 ansökningar under 2006 och 11 310 under 2007. Dessförinnan hade ansökningsnivån legat under 10 000 ända sedan 1998. Man kan om man tittar tillbaka se att 1995, året innan EG-varumärket startade, så kom det in drygt 15 000 ansökningar till det svenska patentverket.

Registreringar, 76-79 procent

Hur många av alla dessa ansökningar leder då ända fram, dvs till registrering och därmed till något man kan begå intrång i?

Om man bara ser till summan blir svaret med viss reservation eftersom många ansökningar kan handläggas, överklagas m m så att resultatet, alltså avslag eller registrering kommer först efter åtskilliga år. OHIM har emellertid statistik där ansökningarna följs upp.

Precis som när det gäller ansökningar var

2007 ett rekordår för registreringar. Under 2007 registrerades 67 991 märken, vilket gör att det totala antalet EG-varumärkesregistreringar nu är 426 269 stycken. En del av dessa, över 10 000, har dock fallit efter att dom inte har förnyats.

Som jämförelse kan man notera att det finns drygt 136 000 svenska nationella registreringar som är i kraft, och då har det varit möjligt att registrera varumärken i Sverige sedan 1800-talet.

Av statistiken kan man också räkna fram att 76-79 procent av ansökningarna leder till registreringar. Det är då till skillnad från i Sverige, där invändningstiden kommer efter registreringen, en summa som gäller efter invändningstiden.

Med tanke på den tågordning som råder vid OHIM kan man även se hur många ansökningar som klarar OHIM:s egen granskning över formalia och anses ha särskiljningsförmåga, nämligen i snitt 92-93 procent.

De som därefter faller bort så att resul-

tatet blir 76-79 procent har drabbats av invändningar från andra som anser sig ha förväxlingsbara rättigheter.

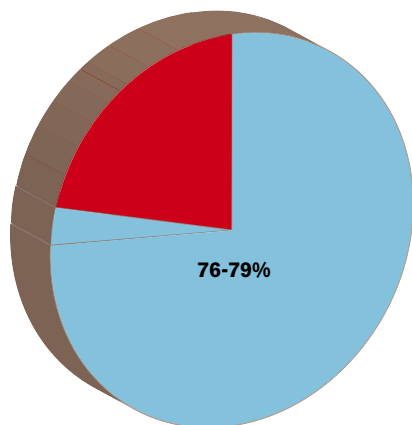
Möjligen är detta en siffra som till viss del kan tas i beaktande när Justitiedepartementet nu kanske närmar sig ett slutligt förslag om vi skall behålla granskningen av relativa hinder här i Sverige. Sannolikt hade ju en stor del av de 13-17 procent av EG-varumärkesansökningarna som faller bort efter invädning fallit redan i OHIM:s granskning om de hade gjort en granskning av svenskt slag.

En reservation skall förstås in av det enkla skälet att OHIM inte hade kunnat få in information om förväxlingsbara rättigheter från alla EU-länder eftersom flera, även bland de största, inte själva granskar kolliderande rättigheter.

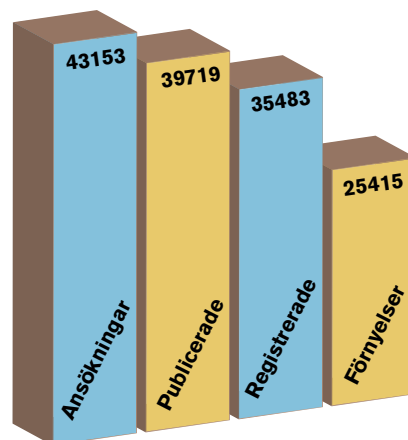
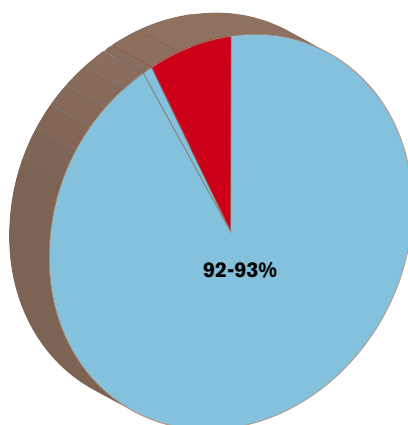
Förnyelser

Till skillnad från vad som gäller här i landet räknas den tioåriga giltighetstiden för EG-varumärken från det att ansökan gjor-

Ansökningar - registreringar



92-93 procent klarar formalia.



des. Därför har detta aktualiserats för alla registreringar som gjordes under 1996 och -97, även om fristerna inte hade löpt ut för många registreringar från 1997 när statistiken för denna artikel sattes ihop.

Av det lilla som finns kan man emellertid konstatera att bara 59 procent, alltså drygt hälften, av de drygt 43 000 ansökningar som lämnades in 1996 har nått så långt att de to m har förnyats. Åtta procent försvann i OHIM:s egen granskning, ytterligare tio procent försvann efter invändningar. Slutligen ansågs alltså 23 procent av de märken som tio år tidigare söktes skydd för inte värda att förnya.

Det första året med EG-varumärket, 1996, var lite speciellt eftersom det vräktes in ansökningar av de som ville ha skydd från allra första början. Det kan tänkas att en del ansökningar var måttligt genomtänkta. Det blir därför intressant att se hur förnyandet kommer att se ut för de följande åren, som var klart lugnare ansökningsmässigt.

Invändningar

När OHIM är nöjda och godkänner en ansökan publiceras registreringen i en särskild



bulletin, med all information översatt till de tjugotvå officiella språken. Bulletinen finns att tillgå från OHIM:s webbsida.

Det är alltså möjligt att själva bevaka om det registreras några nya varumärken som är alltför lika ens eget varumärke. Men mängden publicerade märken gör det onekligen till ett omfattande jobb, och något för dem som har väldigt mycket tid över.

Det kan vara intressant att notera att vårt svenska PRV pekar på Danmark när det skall beräknas hur många invändningar det blir i registreringssystem där man inte har granskning av relativa registreringshinder, alltså granskning mot andra förväxlingsbara varumärken, mot upphovsrättsligt skyddat material m m.

Idag då PRV:s granskning innefattar



[Redacted text block]



KTH EXECUTIVE SCHOOL

[Redacted text block]

- Executive Program In Industrial Management
- Executive Program In Infra Service Management
- Executive Program In Consultancy Management
- Nordic Growth Management Program

www.kthexecutiveschool.se
08 790 96 92

tolv år vid ohim

relativa hinder är invändningsanhalten 2,4 procent. PRV räknar dock med att man kommer att få 5-6 procents invändningar om vi skulle ta bort granskningen.

Tittar man på siffrorna från OHIM visar de att invändningar har riktats mot drygt 125 000 publicerade ansökningar, vilket är 22 procent av de publicerade ansökningarna. Andelen invändningar ligger alltså avsevärt högre än den invändningsnivå som beräknas för svensk del om vi skulle ha lika begränsad granskning som OHIM.

Intressant är då också förstås hur många invändningar som lyckas i OHIM. Svaret är att det inte framgår av OHIM:s statistik. Där hittar man endast uppgifter om att invändningsärenden löses och på vilket sätt, inte med vilket resultat.

Av de drygt 125 000 invändningarna var nästan 43 000 fortfarande under behandling vid årsskiftet. En sannolikt tung arbetsbörda för OHIM och besvärskamrarna. Av de drygt 82 000 ärenden som hade avgjorts hade OHIM tagit beslut

et i drygt 24 000, medan hela 58 000 hade lösts av parterna själva dvs genom att invändaren hade gett sig eller att sökanden hade begränsat sin ansökan eller dragit tillbaka den.

När det gäller invändningar skall det observeras att förloraren part står för motpartens kostnader på samma sätt som vi har det i svenska domstolar, vilket åtminstone för mindre företag och privatpersoner kan underlätta vägen till en överenskommelse. Sker en invändning mot en svensk registrering behöver parterna bara stå sina egna kostnader.

Återtagna registreringar

Det kan ju även hända att märkesinnehavaren av något skäl behöver återta sin registrering eller att registreringen faller i senare hävningsfall. OHIM har fått in 2 600 ansökningar om att registreringar skall hävas. Av dessa har 1 240 lett till att märket har försvunnit. De flesta, 961 stycken, efter att innehavaren själv har återtagit

registreringen. Blott 279 hävningar har skett genom beslut av OHIM.

...är populärast

Att allt mer inom näringslivet handlar om tjänsteproduktion i tjänsteföretag illustreras om man tittar på vilka produktklasser som är populärast.

Det är samma fem produktklasser som toppar listorna vid svenska patentverket som vid OHIM, förutom att klass 25 för kläder växlar med klass 16 för pappersprodukter och tidningar/böcker på femteplats i Sverige. Kläder är en bit ifrån de fem i OHIM.

De fem:

9 – för en mängd tekniska apparater, bl.a. musikklyssningsutrustning, datorspel och nedladdningsbara datorprogram

16 – pappersprodukter och tidningar m.m.

35 – reklam- och kontorstjänster, datoriserad informationshantering m.m.

41 – utbildning, underhållning, kultur och sport m.m.

42 – vetenskapliga, design och juristtjänster, samt en mängd datorrelaterade tjänster som programmering, utyrning, webbdesign m.fl. datorkonsulttjänster.

Sedan 2002 är tjänsteklassen 41 den populäraste klassen i Sverige, och det med god marginal, följt av 35.

I OHIM:s statistik hittar man klass 41 först på femte plats, men. Mer än dubbelt så stor är den populäraste klassen för EG-varumärket, och det är klass 9 som finns med i över 180 000 ansökningar. Långt efter kommer 42 som finns med i 129 000 ansökningar.

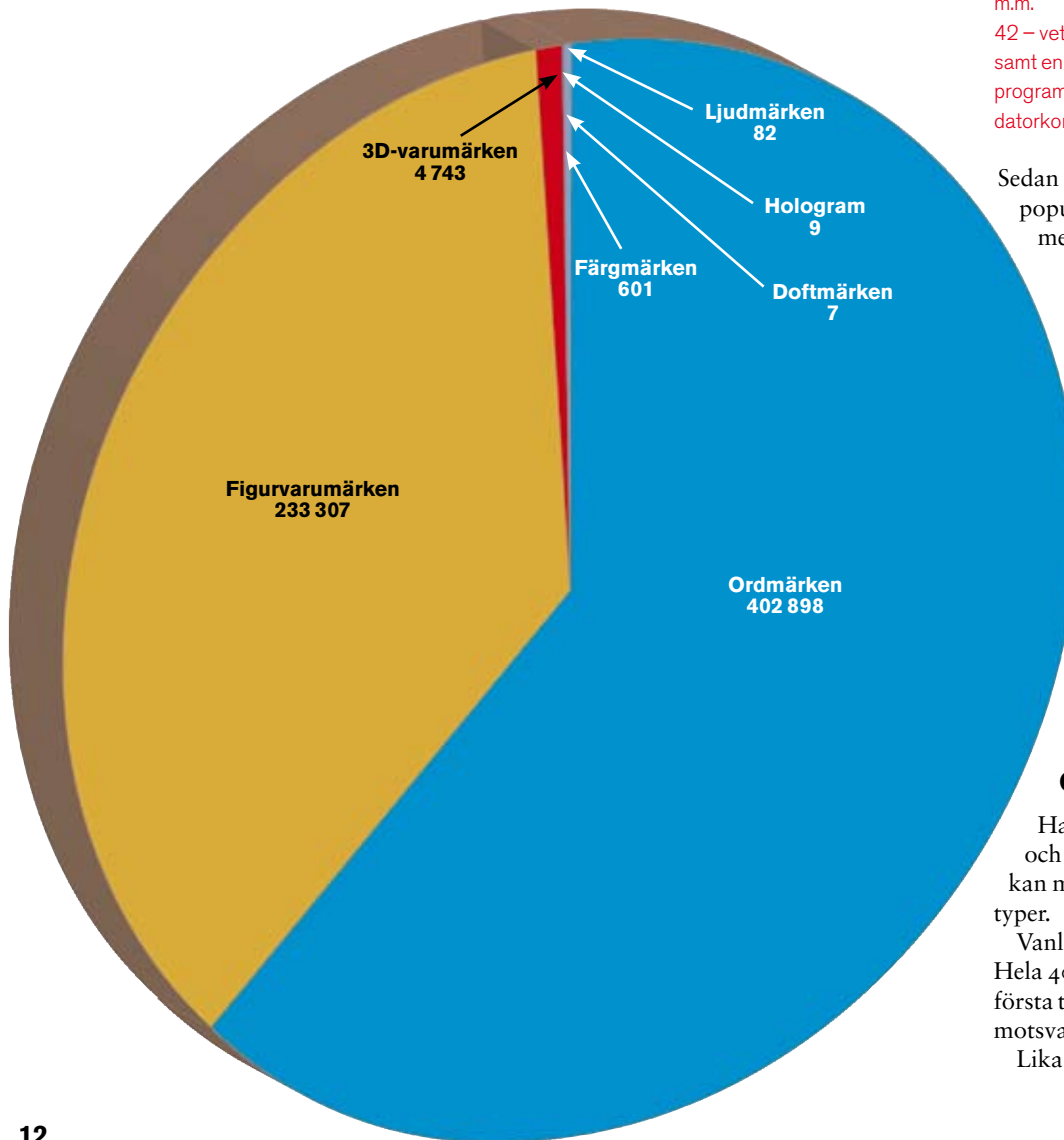
Den minst populära klassen för EG-varumärket är 13 som gäller vapen och fyrverkeri. I blott 2 004 ansökningar av de över 600 000 som har lämnats in till OHIM finns den klassen med.

Glöm doftmärken!

Har du en ovanlig typ av varumärke och funderar över hur OHIM ser på det, kan man titta på statistiken över märkes typer.

Vanligast är förstås ordvarumärken. Hela 402 898 av de 642 168 som söktes de första tolv åren är ordvarumärken. Antalet motsvarar närmare 63 procent.

Lika självklart är att figurmärken är den



näst största märkestypen, med 233 307 ansökningar, vilket motsvarar drygt 33 procent.

Hur ser det då ut med de lite mer ovanliga? Den i betydelse på marknaden klart växande märkeskategorin 3D-varumärken har sökts skydd för i 4 743 fall. Därmed står det klart att OHIM har åtminstone någon vana att hantera sådana varumärken. Övriga kategorier är OHIM mindre vana vid.

Fjärde största märkestypen är färgmärken som figurerar i 601 ansökningar. Ljudmärken hittar man i blott 82 ansökningar. Hologram (som i slutet av 2007 för första gången var uppe för bedömning i svenska Patentbesvärshöjningen och där fick nej) fanns i 9 ansökningar. Doftvarumärken var två färre, alltså 7 stycken.

Utöver dessa specificerade märkestyper har OHIM typen "övrigt" som hittas i 521 ansökningar.

Med tanke på att den sistnämnda märkestypen, doft, har visat sig mer eller mindre omöjlig att registrera pga att den inte går att ange grafiskt på ett hållbart och identifierbart sätt, lär den bli bofast i boten antalsmässigt.

Tittar man på antalet registreringar per

märkestyp finner man emellertid att ett av de 7 doftvarumärkena har lett till registrering: "The smell of fresh cut grass". Därefter har emellertid EG-domstolen i praktiken gjort registrering av doft märken omöjligt.

Bättre har det gått för hologrammen, en tredjedel, alltså tre stycken, har registrerats.

Mer än hälften av de 82 ljudmärkesansökningarna, nämligen 47 stycken, har lett till registrering.

Färgmärkena har haft svårare att övertyga, sannolik då pga att många vill ha en enda färgnyans registrerad, vilket i praktiken är näst intill omöjligt. Av de 601 ansökningarna har bara 114 lett till registrering.

Den sista specialkategorin, 3D-märken, har varit lättare att få OHIM att acceptera. Av de 4 743 ansökningarna har nästan hälften nått fram, 2 281 är registrerade.

Svenskar som söker

Avslutningsvis kommer en lista över ett litet axplock svenska företag och företag med svensk koppling och hur många EG-varumärkesansökningar de har lämnat in.

Ikea	59
OMX	39
Nordea	61
H&M	51
Volvo (personvagnar, lastbilar osv)	127
Ericsson	83
SonyEricsson	124
Skanska	19
Vattenfall	13
Scania	8
V&S	99
J. Lindeberg	18
Leaf Sverige	17
AstraZeneca	520
TV4	10
Aftonbladet Nya Medier	1
Axfood	3

Boka den 17 april

Är du intresserad av att få en tung genomgång av praxis kring EG-varumärket så bör du boka in 17 april. Då kommer Ulla Wennermark från OHIM:s besvärskammare till Sverige för att sprida kunskap.