



**Hans Jørgen Lysglimt**  
Oredalsveien 53 B  
1613 Fredrikstad

**Dato:** 2008.05.21

Annen avd. sak nr.           **7684**  
Varemerkereg. nr.        216 973  
Varemerkesøknad nr.     2002 00938  
Søker / Innehaver:       Hans Jørgen Lysglimt, Fredrikstad  
Innsiger:                 Økonomisk Rapport AS, Oslo  
Fullmektig:               Zacco Norway AS, Oslo  
                                  (tidl. Advokatfirmaet Vodral, Zimmermann & Co AS, Oslo)

Deres ref.                 ...  
Att.                         ...

## **OVERSENDELSE AV AVGJØRELSE**

Vedlagt følger gjenpart av Patentstyrets 2. avdelings kjennelse av 19. mai 2008.

Med vennlig hilsen

*Oluf Grytting Wie*

Oluf Grytting Wie  
Seniorrådgiver



## PROTOKOLL

Annen avd. sak nr. 7684  
Varemerkereg. nr. 216 973  
Varemerkesøknad nr. 2002 00938  
Søker / Innehaver: Hans Jørgen Lysglimt, Fredrikstad  
Innsiger: Økonomisk Rapport AS, Oslo  
Fullmektig: Zacco Norway AS, Oslo

### *Annen avdelings avgjørelse av 19. mai 2008*

Foreliggende sak gjelder en klage over Patentstyrets 1. avdelings avgjørelse av 26. juni 2006, hvorved tidligere beslutning om å registrere ordmerket FARMAND ble opphevet etter innsigelse. Avgjørelsen ble meddelt de to parter samme dag.

Merket er registrert med følgende varefortegnelse:

**Klasse 9:** Nettavis.

**Klasse 16:** Magasin; tidsskrift; avis.

Innsigelsene var begrunnet med at merket FARMAND er blitt registrert i strid med bestemmelsene i varemerkelovens § 14 første ledd nr. 4, nr. 6 og nr. 7, jf. §§ 4 og 6 første ledd, da merket for det første er egnet til å forveksles med innsigers innarbeidede varemerker "Farmand" og "Farmandprisen", jf. varemerkelovens § 2, for det annet fordi merket er egnet til å forveksles med innsigers registrerte foretaksnavn "Farmand AS", Oslo, org. nr. 985 008 078, og for det tredje fordi søker hadde kunnskap om innsigers merker ved innleveringen av søknaden.

Med hensyn til partenes anførsler og argumentasjon for 1. avdeling, vises til sakens dokumenter.

Første avdelings avgjørelse var begrunnet som følger:

"Varemerkeloven § 14 første ledd nr. 6:

Varemerkeloven § 14 første ledd nr. 6 setter som vilkår at det motholdte merket var registrert eller innarbeidet for en annen da søknaden om registrering ble inngitt. Saken reiser tre problemstillinger: Det første spørsmålet er om utdelingen av FARMANDPRISEN må anses som en videreføring eller opprettholdelse av det innarbeidelsesvernet som ble oppnådd for FARMAND vedrørende økonomiske tidsskrift. Det andre spørsmålet er om innsiger har innarbeidet FARMANDPRISEN for utdeling av priser. Til slutt blir spørsmålet om det foreligger fare for forveksling mellom det eventuelt innarbeidete varemerket og det søkte merket.

Spørsmålet om utdelingen av FARMANDPRISEN må anses som en videreføring eller opprettholdelse av det innarbeidelsesvernet som ble oppnådd for Farmand vedrørende økonomiske tidsskrift:

Tidsskriftet Farmand ble utgitt fra 1891 til 1988. Sammen med utgivelsen av tidsskriftet ble Farmandprisen utdelt 31 ganger. Etter 1988 fortsatte innsiger å utdele Farmandprisen, sammen med et kompendium, som pris for beste årsrapport. Spørsmålet blir om utdelingen av Farmandprisen etter 1988, må anses som en videreføring eller opprettholdelse av det innarbeidelsesvernet som ble oppnådd for Farmand vedrørende økonomiske tidsskrift.

Innsigers fullmektig henviser til en muntlig avtale med Hjemmet Mortensen i 1989, der innsiger skal ha overtatt rettighetene til å bruke varemerke FARMAND. Denne avtalen er ikke søkt dokumentert ved for eksempel vitneutsagn. Ut fra sakens dokumenter fremgår det at innsiger har overtatt ansvaret for utdeling av en pris, ikke videreføring av utgivelse av økonomiske tidsskrifter. Søkers fullmektig stiller seg tvilende til om de innarbeidete rettighetene til økonomiske tidsskrift ble overført mellom innsigeren og innehaver av det tidligere tidsskriftet Farmand.

Patentstyret kan ikke se at det er tilstrekkelig dokumentert at innsiger har overtatt rettighetene vedrørende økonomiske tidsskrifter. Det tidligere varemerket Farmand må for "økonomiske tidsskrifter" anses falt i det fri og kan i utgangspunktet brukes eller søkes registrert av enhver.

Innsigers fullmektig anfører at utgivelsen av kompendier i forbindelse med prisutdelingen tilsier at innsigers merke er brukt for samme produkter og at den innarbeidete beskyttelsen derfor må anses opprettholdt.

Søkers fullmektig anfører at utdelingen av Farmandprisen, med kompendier, ikke omfatter utgivelse av tidsskrifter. Den innarbeidete beskyttelsen må derfor anses bortfalt ved ikke-bruk, jf. varemerkeloven § 25a.

Patentstyret kan videre ikke se at en bruk/innarbeidelse av Farmandprisen for prisutdeling også er bruk/innarbeidelse av Farmand for økonomiske tidsskrifter. Kompendiet som blir utdelt i forbindelse med prisutdelingen er ikke å anse som utgivelse av økonomiske tidsskrifter. Kompendiet vil underbygge innarbeidelsen av tjenesten utdeling av priser, men vil i denne konkrete saken ikke bli oppfattet som innarbeidelse for produktet tidsskrifter.

Konklusjon: Det innarbeidete varemerke FARMAND anses ikke lenger å være innarbeidet. Det avgjørende i denne saken er derfor ikke om en bruksplikt etter varemerkeloven § 25a er oppfylt, men om varemerket Farmandprisen er innarbeidet, og om dette i så fall er forvekselbart med det søkte merket Farmand.

#### Innarbeidelsesspørsmålet vedrørende merket FARMANDPRISEN:

Det første spørsmålet blir om innsiger har innarbeidet FARMANDPRISEN for utdeling av priser. Man må da se på betydningen av at de innsendte årsrapportene, som ble laget i anledning prisutdelingen, og utgitt i kompendier.

Innsigers fullmektig anfører at innsiger har innarbeidet FARMANDPRISEN som et varemerke. Det vises til at prisen er blitt delt ut siden 1989, og dekningen av utdelingen i Økonomisk rapport og Aftenposten.

Søkers fullmektig har ikke imøtegått påstanden om at innsigers merke er innarbeidet for utdeling av priser.

Dokumentasjonen i denne saken viser etter Patentstyrets oppfatning en relativt begrenset grad av innarbeidelse. Utover innsigers eget magasin viser dokumentasjonen omtale i en riksdekkende avis, Aftenposten, og omtale på nettet. Dokumentasjonen viser i all hovedsak bruk av merket Farmandprisen for utdeling av priser. Prisen er delt ut av innsiger i 13 år og det antas at den omtale som har fulgt utdelingen, har medført at innsiger har innarbeidete rettigheter til ordet Farmandprisen for tjenesten "utdeling av priser". Det er videre klart at Farmandprisen var delt ut 31 ganger før innsiger tok over ansvaret for prisutdelingen. Det fremgår av varemerkeloven § 2 annet ledd, "kjennetegn for noens varer", at innarbeidelsen ikke må være gjennomført av innehaver selv. Den innarbeidelsen som har blitt gjennomført før innsiger tok over ansvaret må tilskrives innsiger.

Konklusjon: Patentstyret har etter en vurdering av innarbeidelsesdokumentasjonen kommet til at innsiger har innarbeidete rettigheter til FARMANDPRISEN for utdeling av priser. Rettighetene er fra et tidligere tidspunkt enn innleveringen av søknaden.

#### Forvekselbarhetsspørsmålet vedrørende det innarbeidete varemerke FARMANDPRISEN og det søkte merket FARMAND:

Spørsmålet om hvorvidt to merker er forvekselbare, skal avgjøres ut fra en helhetsvurdering der både vareslagslikheten og kjennetegnslikheten blir vektlagt, jf. varemerkeloven § 14 første ledd nr. 6, jf. § 6 første ledd og § 2.

Ved avgjørelsen av om to merker er forvekselbare, må det vurderes om gjennomsnittsforbrukeren for de varer eller tjenester det gjelder kan komme til å ta feil av kjennetegnene, eller komme til å tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom de to kjennetegnernes innehavere. En slik vurdering ble foretatt av Høyesterett i saken om merket *Superlek*, Rt. 1999 s. 641. Patentstyrets annen avdeling viser til blant annet denne saken i sin avgjørelse nr. 6923 *Kea!*, og sak nr. 7092 *Handi*. Patentstyret er av den oppfatning at det søkte og det innarbeidete merket, sett i forhold til at de aktuelle varene og tjenestene "tidsskrifter, magasiner, aviser og prisutdelinger", vil henvende seg til helt vanlige gjennomsnittsforbrukere, den såkalte "sluttforbrukeren". Gjennomsnittsforbrukeren må anses å være en alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og

velinformert, jf. EF-domstolens avgjørelse i sak C-210/96 *Gut Springenheide*. Faren for forveksling må vurderes i forhold til hvordan en gjennomsnittsforbruker normalt vil oppfatte merkene som helhet, uten å undersøke detaljer eller analysere merkenes enkelte deler.

Innsigers fullmektig anfører at det foreligger både vare-/tjenesteslagslikhet og kjennetegnslikhet. Det må i vurderingen tas hensyn til at FARMAND er særpreget og svært godt kjent, og utdelingen av Farmandprisen med kompendiet.

Søkers fullmektig anfører at det ikke foreligger tilstrekkelig likhet mellom varene og tjenestene. Det kan ikke legges vekt på den tidligere innarbeidelsen av Farmand.

Søkers merke består av ordet FARMAND, mens innsigers merke består av sammenstetningen FARMANDPRISEN. Søkers merke tas opp i det innarbeidete merket i sin helhet. Det er ingen tvil om at det er felleselementet FARMAND som er det dominerende element i innsigers merke. Patentstyret anser FARMAND for å være et særpreget merkeelement for de aktuelle varene og tjenestene. Dette merkeelementets særpreg har blitt ytterligere styrket gjennom innarbeidelse. Det at FARMAND er et historisk norrønt ord for handelsmann kan ikke tillegges avgjørende vekt, da det i dag vil bli oppfattet som et særpreget varemerke. Merkeelementet PRISEN er en ren generisk betegnelse for prisutdeling og vil spille en underordnet rolle i det helhetsintrykket innsigers merke skaper. Etter Patentstyrets oppfatning anses merkene, kjennetegnsmessig sett, å være tilnærmet identiske. Dette øker sannsynlighetene for at gjennomsnittsforbruker kan komme til å anta at det er en forbindelse mellom kjennetegnene.

Det avgjørende ved forvekselbarhetsvurderingen er derfor hvorvidt det foreligger vare-/tjenestelikhet, og eventuelt graden av denne.

Det søkte merket ønskes registrert for "nettavis" i klasse 9 og "magasin; tidsskrift; avis" i klasse 16. Innsigers merke er innarbeidet for "utdeling av økonomiske priser". De aktuelle varene som det søkte merket ønskes registrert for kan alle ha økonomi/finans som hovedtema eller eneste innhold. Et økonomisk tidsskrift og en pris som deles ut på grunnlag av økonomisk virksomhet, vil være basert på felles innhold som grunnlag for varene og tjenestene, det vil si økonomisk virksomhet. Som forhistorien til FARMAND- tidsskriftet viser, er det ofte utgivere av magasiner og tidsskrifter som også gir priser knyttet til det samme temaet. Det foreligger således også felleskap i "produksjon". Det må videre antas at det er den samme gjennomsnittsforbrukeren som leser tidsskriftene som også følger med i hvem som mottar prisene. Det må også tas med i vurderingen at FARMANDPRISEN ble innarbeidet parallelt med innarbeidelsen av det tidligere tidsskriftet FARMAND av samme innehaver. Patentstyret har derfor etter en helhetsvurdering kommet til at det foreligger likhet mellom varene og tjenestene, jf. varemerkeloven § 6 første ledd.

Konklusjon: Patentstyret har etter en helhetsvurdering kommet til at det er en fare for at gjennomsnittsforbruker vil kunne komme til å tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom de to kjennetegnernes innehavere. Det er i denne sammenheng lagt vekt på kjennetegnslikheten, merkenes distinktive karakter og den nære sammenheng som foreligger mellom de aktuelle varene og tjenestene.

Varemerkeloven § 14 første ledd nr. 7:

For at innsigers merke skal være registreringshindrende etter varemerkeloven § 14 første ledd nr. 7, må innsigers og søkers merker for det første være egnet til å forveksles i den alminnelige omsetningskretsen, jf. varemerkeloven §§ 4 og 6. Videre må innsigers merke ha vært tatt i bruk før søkeren tok i bruk sitt eget merke, samt at søkeren må ha kjent til innsigers bruk ved innleveringen av sin søknad.

Innsigers fullmektig anfører at søker må ha vært klar over det innarbeidete merket Farmand da søknaden ble innlevert. Søkers fullmektig har ikke kommentert denne påstanden.

Det er antatt at rekkevidden av varemerkeloven § 14 første ledd nr. 7 er sterkt begrenset ved at det kreves at søker var vitende om den annens bruk, jf. Lassen og Stenvik : Oversikt over norsk varemerkerett s. 141. Det må foreligge dokumentasjon på at slik kunnskap forelå på søknadstidspunktet. Innsigers fullmektig har ikke argumentert eller fremlagt dokumentasjon som underbygger påstanden om ond tro. Patentstyret kan ikke på denne bakgrunn konstatere at ond tro med tilstrekkelig grad av sannsynlighet forelå på søknadstidspunktet.

Konklusjon: Varemerkeloven § 14 første ledd nr. 7 er ikke registreringshindrende for det søkte merket.

Patentstyret ser ingen grunn til å behandle anførselen knyttet til varemerkeloven § 14 første ledd nr. 4. Det søkte merket ble innlevert før Farmand AS ble registrert som foretak og har dermed bedre prioritet.

Etter en helhetlig vurdering har Patentstyret kommet til at det søkte merket er egnet til å forveksles med det innarbeidete varemerke FARMANDPRISEN. Merket er således ikke registrerbart i henhold til varemerkeloven § 14 første ledd nr. 6 og § 2.

Beslutning: Registreringen oppheves, jf. varemerkeloven § 21 a første ledd."

Innehavers foreløpige klage over 1. avdelings avgjørelse innkom den 7. august 2006. Klageavgiften er registrert innbetalt på Patentstyrets konto den 15. september 2006, innen fakturafristens utløp. Både klagen og klageavgiften er innkommet rettidig.

I den nærmere begrunnelsen av klagen, som innkom den 25. september 2006, anfører innehaver:

"Vi viser til Patentstyrets 1. avdelings behandling og avgjørelse i saken datert 2006.06.26.

Vi ønsker å påklage denne avgjørelsen. Vi ønsker at Patentstyrets 2. avdeling opprettholder vår registrering av varemerket "FARMAND" for klasse 9 og 16.

Vi vil i denne påklage hevde at Patentstyrets helhetsvurdering er gjort på feilaktig grunnlag og at Patentstyrets 2. avdeling må gjøre en ny helhetsvurdering.

Vi legger til grunn all dokumentasjon i saken så lang, samt;

### **Avgjørende konklusjon:**

Patentstyrets 1. avdeling slår i avgjørelsen fast at varemerket "FARMAND" for økonomiske tidsskrifter må anses å ikke lenger være innarbeidet. Det tidligere varemerket FARMAND må for "økonomiske tidsskrifter" anses falt i det fri og kan i utgangspunktet brukes eller registreres av enhver.

Vi deler denne konklusjonen og mener det er det sentrale i denne saken. Vi mener Patentstyrets 1. avdeling ikke tar korrekt hensyn til sin egen konklusjon i sin videre vurdering. Spesielt med hensyn til Høyesteretts avgjørelse i "Lundetangen dommen" som Patentstyrets 1. avdeling overhode ikke ser ut til å ha tatt hensyn til. Høyesterett har i Lundetangen sett på akkurat denne problemstillingen og kommet med en klar avgjørelse som skaper presedens i saken. Vi insisterer nå på det kraftigste på at Patentstyrets 2. avdeling vurderer Høyesteretts avgjørelse i denne saken og kommenterer denne. Dersom ikke Patentstyrets 2. avdeling tar hensyn til dette nå vil dette hensynet først kunne bringes opp i behandling for domstolene senere, noe som vil være svært uheldig.

### **Videre argumentasjon:**

Varemerket "FARMAND" referer til begrepet farmand som "handelsmann" og som i moderne språkdrakt ikke staves med "d" men med dobbel "n" slik; farmann. Det er selvfølgelig koblingen til begrepet farmann som begrep i betydningen av handelsmann som er formålet med denne registreringen av FARMAND som varemerke for vårt økonomiske tidsskrift. Det er helt naturlig at noen benytter et ord for handelsmann som et navn på et økonomisk tidsskrift. Vi minner om at gode navn som mulige varemerker er en knapp ressurs og denne ressursen må forvaltes.

Patentstyret har i sin avgjørelse valg å ikke legge avgjørende vekt på at farmann faktisk er et levende ord for handelsmann. Patentstyret skriver i sin avgjørelse "Det at FARMAND er et historisk norrønt ord for handelsmann kan ikke tillegges avgjørende vekt, da det i dag vil bli oppfattet som et særpreget varemerke."

Det blir feil av Patentstyret å avfeie dette argumentet slik. Begrepet farmand og farmann er nemlig både et norrønt og moderne begrep for handelsmann er sentralt for forståelsen av denne saken.

Ordet "farmand" ble ved språkreformen i 1918 i sammenheng med oppdateringen av stavemåten for "mand" til "mann" oppdatert til stavemåten "farmann".

"Farmann" er således et levende ord i norsk språkbruk den dag i dag. På bokmål referer farmann til reisende handelsmann i sagatiden, mens det på Nynorsk allment referer til omreisende kjøpmann uten spesiell referanse til norrøn tid, se vedlegg. Denne bruken samt grensene mellom Bokmål og Nynorsk er glidende i Norge og vi hevder derfor bestemt at begrepet farmann er et levende begrep i Norsk språk i dag som referer både til handelsmann i norrøn tid og moderne kjøpmann. Med respekt minner om at det ikke er Patentstyrets 1. avdeling som avgjør hva som er gjeldende korrekt norsk språk.

Ordet farmand og farmann er derfor samme ord og direkte synonym for handelsmann. Vi vil peke på at vårt poeng i denne påklagen kanskje ville vært mer tydelig dersom det gjaldt et tenkt varemerke "HANDELSMAND" og "HANDELSMANN", noe som substansielt ville vært samme sak. Vi vil videre hevde at kjennskapet til dette ordet farmann er spesielt sterk i den relevante omsetningskrets, det er også vår uttalte ambisjon å styrke omsetningskretsens kjennskap til og bruk av dette elegante og verdifulle ordet i norsk språk.

Varemerket FARMAND referer til begrepet farmann, henspeiler på og gjelder dermed også for den moderne oppdaterte stavemåten av varemerket som FARMANN som er en uvesentlig endring (ref varemerkeloven § 24). Denne uvesentlige endring påvirker likevel eventuell fare for forveksling i en helhetsvurdering og Patentstyret må derfor gjøre en ny helhetsvurdering basert på disse elementene.

Vi viser til språkreformen av 1918 og referanser fra moderne norske ordbøker, se vedlegg.

Vi viser også til listen over selskapsnavn osv som benytter termen farmann, se vedlegg. I listen av selskapsnavn og organisasjoner fremgår der tydelig at det i praksis er en gradvis overgang fra den gamle formen farmand til den nye formen farmann, en overgang som kan ta meget lang tid. Vi selv er et eksempel på hvor lang tid dette kan ta og hvor intrikat overgangen kan være. De som benytter den gamle formen er generelt selskaper og strukturer fra før språkreformen (som for eksempel "Sangforeningen Farmand" fra 1912).

Rent faktisk har vi allerede begynt en oppdatering av vår bruk av vårt varemerke FARMAND til FARMANN. Dette tar likevel tid å gjennomføre og for tiden bruker vi for eksempel både internettadressen farmand.net og farmann.no parallelt.

Norsk språk moderniseres, det må vi ta inn over oss og dette får i sin tur konsekvenser for varemerkesretten og kan ikke overses som historie og ikke ilegges avgjørende vekt. Språkreformer vil også komme igjen, vi er for eksempel personlig overbevist om at vi ved neste språkreform vil bytte ut vår norske "mann" med den anglosaksiske formen "man", derfor har vi også allerede registrert farman.no med en "n". Språkreformen fra 1918 bør Patentstyret behandle med høy grad av respekt, selv om det er en stund siden. Det tar tid for et språk og dets språkreformer å sette seg, denne saken er et tydelig eksempel på det.

Et parallelt eksempel er min hjemmeavis Fredrikstad Blad. Bladets navn var opprinnelig Fredriksstads Blad (med dobbel s, slik det fremdeles skrives i bladets logo se vedlegg) men ble byttet ut ved en tilsvarende språkreform. Fredrikstad Blad er likevel beskyttet i dag med varemerket "Fredriksstad Blad" (se varemerke 200000190) med dobbel "s". Selvfølgelig er de beskyttet for både sin nye og gamle stavemåte med sitt gamle varemerke. De har likevel valgt å ikke sende inn en ny varemerke registrering for sin nye stavemåte. De er dekket av den gamle stavemåten.

Det faktum at det gamle tidsskriftet Farmand og Farmandprisen aldri gikk over til den moderne formen farmann viser også hvordan det er oppgitt, henger igjen i historien og referer til noe som ikke er i aktiv bruk men passert og borte. De har ikke gjennomfører den nødvendige og naturlige oppdatering som språket krever.

Vi vil hevde at all kjennskap som finnes i omsetningskretsen til FARMANDPRISEN er



kjenneskap til historiske referanser, referanser ikke til noe som er i markedet nå men til noe er som er kjent som borte og derfor ikke kan forveksles.

De at de ikke har oppdatert navnet viser på en måte hvor gammelt og overgitt navnet er og var i sin tid bidragene årsak til at det gamle tidsskriftet Farmand gikk inn.

Den nye stavemåten FARMANN vil derfor svært tydelig kommunisere til omsetningskretsen at dette er et nytt Farmann og ikke kunne forveksles med det gamle Farmand. Dette er et vesentlig poeng i seg selv.

Vår bruk av navnet FARMANN er således å ta i bruk en ressurs i språket. FARMANN er et av de levende ord i det norske språk, et ord som søker nå har tatt i bruk. FARMAND derimot er egentlig ikke et ord i det norske språk i dag, det er en historisk levning som kanskje hører hjemme i leksikon.

Dersom Patentstyrets 2. avdeling opprettholder avgjørelsen fra Patentstyrets 1. avdeling vil Patentstyret effektivt være med på å sende et elegant verdifullt moderne norsk ord og begrep inn i ikke bruk for den type bruk som er naturlig for begrepet. Patentstyret vil la en gammel snever stavemåte og bruk av begrepet stå i veien for fornying av begrepet og forvaltning av språkets rikdom. Utvikling og forvaltning av ordet og begrepet farmann vil bli låst fast av den foreldede stavemåten FARMANDPRISEN og et verdifullt norsk begrep og ord vil uten aktiv bruk på kan på sikt antagelig stå i fare for å opphøre å eksistere på den måten begrepet er utformet og tenkt. Patentstyrets vurdering kan da være bidragene årsak til å gjøre det norske språket fattigere. Jeg håper Patentstyret innser alvoret i dette i en større sammenheng og tar hensyn til dette.

Dersom FARMANDPRISEN på denne måten skal blokkere annen bruk av ordet farmann av andre næringsdrivende vil det bety at en meget snever bruk med svak innarbeidelse av en variant av ordet for en klasse av et levende norsk ord blokkerer for annen bruk av ordet.

Igjen kan vi sammenligne med om noen hadde "HANDELSMANDPRISEN" som varemerke ville de kunne blokkere for andres bruk av "HANDELSMANN" i andre moderne former.

På denne måten forvalter søker språket og begrepenes rikdom. Ved å modernisere og ta i bruk navnet FARMANN forvaltes den knappe ressurs som begreper og varemerker er, vi referer til internasjonal varemerkesrett.

Vi har vurdert å søke om å gjøre denne uvesentlige endringen av varemerket FARMAND til FARMANN i henhold til varemerkesloven § 24, vi er meget usikre på om det er riktig av oss å gjøre nå på grunn av denne sakens gang til Patentstyrets 2. avdeling. Vi har inntil videre kommet til å ikke søke denne endringen da dette på nåværende tidspunkt antagelig vil medføre vesentlig kompliserende og lengre behandlingstid. Vi mottar likevel gjerne råd om dette fra Patentstyret og ønsker om mulig at Patentstyrets 2. avdeling tar stilling til dette ved behandlingen og vi reserverer oss for muligheten til å sende inn en søknad om en slik endring.

Vi vil hevde at vår registrering av FARMAND også dekker den moderniserte stavemåten FARMANN og derfor er samme registrering. Den moderniserte staveformen er blitt aktualisert og blitt nødvendig ettersom årene har gått siden registreringen. Virkeligheten forandrer seg ettersom årene går.

Vi vil hevde at Patentstyret selv må selv ta noe ansvar for konsekvensene ved nødvendigheten av denne moderniseringen av stavemåten siden behandlingstiden er blitt veldig mye lenger en det som muntlig ble forespeilet da klagen ble levert inn (24 måneder ble vi da forespeilet) og det faktisk gikk over 4 år, mer en dobbelt så lenge. Virkeligheten har faktisk forandret seg i og med vår faktiske effektive beslutning om overgang av stavemåten mens saksgangen i Patentstyret har foregått, dette må Patentstyret ta inn over seg og ta hensyn til. Vi har faktisk i perioden siden søknaden ble innlevert rukket å ha en annen mindre språkreform i Norge selv om den ikke rørte ved noen av de forhold som er relevante for denne saken.

Vi vil derfor hevde at vår registrering av FARMAND og vår innarbeidelse av FARMAND og FARMANN begge dekkes av denne samme registreringen. FARMANN er bare den moderniserte måten å stave FARMAND på.

Patentstyret har behandlet om FARMAND og FARMANDPRISEN er egnet til å forveksles. Patentstyret kom etter en helhetsvurdering frem til at det var fare for forveksling og nektet registrering.

Vi vil derfor be om at Patentstyret gjør en ny helhetsvurdering og avgjør om den moderniserte stavemåten FARMANN er egnet til å forveksles med FARMANDPRISEN.

Vi mener den moderne stavemåten FARMANN er så vidt tydelig, markert og i vesentlighet forskjellig fra FARMANDPRISEN at det ikke er egnet til å forveksles.

Vi legger for ordens skyld til at vi formelt kaller tidsskriftet for "TIDSSKRIFTET FARMANN" og at vi har søkt varemerket "TIDSSKRIFTET FARMANN" separat (søknadsnummer 200607125).

Patentstyrets 1. avdeling har etter en helhetsvurdering kommet til at de mener de foreligger fare for at en gjennomsnittsforbruker vil kunne komme til å tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom "FARMAND" og "FARMANDPRISEN".

Vi mener dette er feilaktig av to grunner. Dels mener vi FARMANDPRISEN må ses som en del av Økonomisk Rapport, som en del av innholdet, og ikke en egen institusjon med egen innarbeidelse, vi vil bestemt hevde at det er slik omsetningskretsen forstår det. Siden ØR ikke har varemerkesregistrert FARMANDPRISEN skulle vi gjerne sett dokumentasjon fra ØR på det motsatte. ØR har ikke automatisk innarbeidelse på alle delene i sitt tidsskrift ei heller for annet innhold som "Lederen", "Norges 500 største bedrifter" og lignende som de har som annet innhold i sitt tidsskrift. FARMANDPRISEN deles ut av ØR og er en helt integrert del av bladet. Vi har til gode å se noensomhelst dokumentasjon på FARMANDPRISEN brukt uten helt direkte sterkt knytning til ØR. Vi vil hevde at den egentlige innarbeidelsen av navnet er "FARMANDPRISEN SOM DELES UT AV ØKONOMISK RAPPORT" som en integrert del av Økonomisk Rapport. Dette argumentet er igjen tydeligere om vi tenker oss en "Handelsmannsprisen" som kan deles ut av flere handelsstander, kjøpesentre med mer uten å komme i konflikt med hverandre.

Dels mener vi Patentstyrets 1. avdeling direkte eller indirekte her blander inn at det tilfeldigvis er Økonomisk Rapport som eier og gir ut FARMANDPRISEN og gjør sin helhetsvurdering ut fra en kobling de ser mellom to økonomiske tidsskrifter. FARMAND, FARMANN og FARMANDPRISEN må ses isolert mot hverandre, og det foreligger ikke noen konflikt mellom

klassene 9, 16 og 42.

### **Ny vurdering**

Vi ber om at Patentstyrets 2. avdeling opprettholder vår registrering av varemerket "FARMAND" for klasse 9 og 16.

Patentstyrets avgjørelse i første avdeling har gjort at varemerket FARMAND og FARMANN er beheftet med usikkerhet og at ingen av partene dermed kan investere i å benytte dette begrepet og ordet farmann som "handelsmann" kommersielt. Begge parter kan vurdere å stevne motparten med begjæring om midlertidig forføyning. Dette er spesielt beklagelig siden dette er en gammel form av begrepet og at den gamle formen låser for bruk av nye former for ordet. Dette strider mot varemerkelovens ånd om at varemerker er en begrenset ressurs som skal forvaltes vel. Vi mener dette er ytterst beklagelig og ber om en avgjørelse i saken.

Vi ber derfor om at Patentstyrets 2. avdeling gjør en ny helhetsvurdering av denne saken basert på dette.

Vi vil akseptere om Patentstyret 2. avdeling setter en begrensning på bruken av varemerket Farmand til kun å staves som Farmann.

Vi vil også akseptere om Patentstyrets 2. avdeling pålegger oss å søke om endring av varemerket "FARMANN" [skal være: "FARMAND"] til "FARMANN" i henhold til varemerkesloven § 24.

Dersom Patentstyret 2. avdeling ønsker å begrense vår bruk av varemerket til å måtte presisere at det er tilhørende klasse 9 og 16 som for eksempel ved å skrive "TIDSSKRIFTET FARMANN" eller ha med en presisering om dette i trykket materiale aksepterer vi på forhånd dette.

Vi registrer kun for vareklasse 9 og 16 og vil ikke bruke merket for andre vareklasser spesielt for eksempel klasse 42. Vi aksepterer på forhånd Patentstyrets eventuelle presiseringer av dette.

Subsidiert ønsker vi at Patentstyrets annen avdeling tar stilling til å godkjenne registreringen kun i vareklasse 9 for internett og ikke i vareklasse 16.

Det fremstår som fullstendig åpenbart at det klassiske tidsskriftet Farmand ikke hadde noe som helst med internett/web å gjøre da det ble lagt ned i 1989 siden internett/web den gang ikke var oppfunnet. Farmandprisen har heller ikke noen tilknytning til publisering på internett.

Vi gjør oppmerksom på at vi har benyttet internettdomenet farmand.net til aktiv publisering på internet siden 2002-02-10 som er vår første benyttelse og innarbeidelse av varemerket (se vedlegg), domenet farmand24.no siden 2002-11-26 og internettdomenet farmann.no siden 2003-03-04. Vi vil akseptere tilsvarende begrensninger som ovenfor for internettbruk.

Vi reserverer oss muligheten til å sende inn ytterligere dokumentasjon på vår innarbeidelse og rett til varemerket "FARMAND" ettersom vi er i ferd med å fremstille ytterligere dokumentasjon på dette."

I ytterligere innlegg datert 21. mai 2007 uttaler innehaver:

"Vi referer til deres brev av 2006.06.26 med avgjørelse fra Patentstyrets første avdeling vedrørende ordmerket "FARMAND".

Vi vil anføre tidligere dokumentasjon samt supplere med dette brev.

Som vist i avtale vedlegg 1 overdro vi den 15. mars 2007 de immaterielle rettighetene til selskapet Farmand Megling AS fra Farmand Megling AS konkursbo. Dette selskapet har innarbeidede rettigheter fra 1997 og frem i tid.

Vi anfører opparbeidede rettigheter som følger av dette (se vedleggene). Vi hevder bruk og innarbeidelse av firmamerket samt varemerket Farmand Megling AS samt den avledede formen FARMAND samt internet domenene farmand.com og farmand.no siden 1997 og fremover for de vareklasser som registreringen gjelder 9 og 16.

Denne bruk og denne innarbeidelse styrker at:

- Det tidligere innarbeidede varemerket FARMAND for økonomiske tidsskrifter er falt bort.
- Varemerket FARMAND er innarbeidet og brukt av andre med nærliggende formål og spesielt på internet, for "økonomisk rådgivning" og som andre tjenester som beskrevet.
- Vi som søker har brukt og innarbeidet varemerket FARMAND for lignende tjenester siden 1997.
- Varemerket FARMAND slik det er brukt i alle disse sammenhenger er ikke blitt forvekslet eller har vært egnet til å forveksles med FARMANDPRISEN. Det er overhode ikke dokumentert noe som skulle tilsi forveksling eller egnethet for forveksling i hele denne perioden.

Da det nåværende selskapet Farmand AS søkte registrering i Brønnøysundregisterene den 25. oktober 2002 ble søknaden nektet på grunn av navnelikhet med vårt firmanavn Farmand Megling AS. Se vedlegg. Dette viser Farmand Megling AS tidligere innarbeidelse.

Vi har fått opplyst av Nina Nydal ved Brønnøysundregisterenes foretaksregister at denne vurderingen den 28. oktober 2002 ble gjort av saksbehandler ved bruk av skjønn, noe som var betydelig mye mer brukt før den nye firmaloven kom 1. mars 2004.

Skjønnnet som ble brukt tilsa at firmanavnet "Farmand" ikke lot seg registrere på grunn av tidligere bruk av "Farmand Megling". Dette er ny informasjon og forteller oss at skjønnet tilsa at Farmand allerede var aktivt i bruk og innarbeidet av Farmand Megling AS. Dette lå da til hinder for registrering av Farmand AS.

Mao [an]fører vi at Farmand Megling AS vil kunne hevde disse samme rettigheter som innarbeidelse ved registrering av varemerket.

Patentstyrets første avdelings senere helhetsvurdering eller skjønn strider derfor med Brønnøysunds tidligere skjønn. Men det kunne ikke Patentstyrets første avdeling vite når de besluttet siden det ikke ble lagt frem. Nå vet vi derimot dette.

Vi mener derfor Patentstyrets annen avdeling i en helhetsvurdering vil komme til en annen konklusjon en den helhetsvurdering Patentstyrets første avdeling kom til.

Denne bruk og innarbeidelse har vært for selskapets brede virksomhet som omfatter vareklasse 9 og 16 med mer. Selskapet har videre brukt og innarbeidet navnet og de avledede former på internet på domenene farmand.com og farmand.no.

Innarbeidelse har vært for oven nevnte formål samt profesjonell hjelp til flere viktige tjenester og avgjørelser som:

- Kjøp og salg av eiendom
  - Finansiering
  - Økonomi og gjeldsrådgivning
  - Forsikring
  - Regnskap
  - Advokattjenester
- Med mere.

Vi anfører at det er denne type sammenfallende virksomhet vi bedriver under varemerket FARMAND for vareklasse 9 og 16.

Vi har arbeidet mye med konkursboet til Farmand Megling AS for å finne en effektiv måte å overdra disse rettighetene på. Vi ber om at Patentstyrets annen avdeling legger merke til at det her en nedlagt et nytt stykke arbeide og investeringer for å sikre, videreføre og forvalte de verdiene som finnes i dette navnet på en egnet måte.

Som det følger av dokumentasjonen har vi brukt domenet farmand.com kontinuerlig siden 2002, vi har brukt domenet farmand.no fra 2000 til det ble tatt over av Farmand AS/Økonomisk Rapport i 2003. Vi har de facto brukt domene lenger (siden 1997) uten å ha lyktets å skaffe frem arkivdokumentasjon for å kunne vise dette.

Den samlede vurdering Patentstyrets annen avdeling vil gjøre må nødvendigvis være basert på situasjonen 2002.02.11. Vi vil da anføre at vi hadde brukt navnet Farmand Megling AS samt FARMAND i mange avledede former. Vi hadde da bedrevet diverse publisering på internet under domenet farmand.com og farmand.no i en årrekke. Dette var ved tidspunktet helt ubestridt.

Vi gjør likevel samtidig oppmerksom på en del forhold som strekker seg lenger bak og frem i tid i forhold til dette. Vi gjør ikke minst oppmerksom på at vi anser oss som den rettmessige eier av domenet farmand.no. Rettighetene til dette domenet følger nemmelig ikke av registreringen i seg selv men av de underliggende rettigheter til navnet. Vi bestrider Økonomisk Rapport AS overdragelse, registrering og påståtte rettigheter til domenet farmand.no. Dette domenet ble solgt av daglig leder i Farmand Megling AS Knut Haug i februar 2004 før konkursen i Farmand Megling AS i oktober 2004. Som det fremgår av konkursbehandlingen så langt i Farmand Megling AS har er det avdekket en lang rekke mulige straffbare forhold fra Knut Haug i Farmand Megling AS. Disse dokumentene ligger på internet på sidene til bostyrer Inger Marit Haenel Borch i Ro Sommernes Advokatfirma DA.

Det er vår oppfatning av dette domenet ble solgt fra Farmand Megling AS uten at oppgjøret gikk

til selskapet. Denne overdragelsen er nemmelig ikke rapportert til bostyrer. Salget var derfor kreditorsvik, moms svik og skattesvik. Når Farmand AS så signerte egenerklæringen til NORID for overdragelsen av dette domenet var de derfor klar over at det her forelå en utstrakt konflikt som strekker seg tilbake til tiden for varemerket FARMAND.

Vi varsler at vi vil vurderer rettsfølge dette av salget av domenet farmand.no og klage saken opp for domeneklagenemnda.

Den endelige konkursinnberetningen til Farmand Megling AS vil inneholde elementer at vårt kjøp av disse rettighetene og eventuelt informasjon om avdekkede straffbare forhold rundt salget av domenet farmand.no til Farmand AS/Økonomisk Rapport. Denne konkursberetning vil antagelig foreligge innen et år.

Som det fremgår av artikkel i Dagens Næringsliv drev Økonomisk Rapport i denne perioden utstrakt såkalt "barter" av annonser mot varer og tjenester. Vi kjenner til at domenet farmand.no ble overdratt mot erstatning på en slik "barter" måte som er kreditorsvik mot boet, moms svik og skattesvik og indikasjon mener vi på ond tro. Vi mener derfor det er grunn til å hevde ond tro i Farmand AS/Økonomisk Rapports opptreden i denne saken spesielt illustrert ved overdragelsen av domenet farmand.no.

Denne nye dokumentasjonen vil bli oversendt motparten som vil bli gitt anledning til å svare. Innarbeidelsen og bruk av varemerket FARMAND for selskapet Farmand Megling AS kan her bli sentralt å vurdere. Vi ber derfor på forhånd om at Patentstyret forespør motparten om å legge frem deres dokumentasjon som er være relevant for å vurdere saken i forhold til Farmand Megling AS. Vi ber spesielt om dokumentasjonen på deres overdragelse av domenet farmand.no, avtale med Knut Haug og kvittering på betaling/oppgjør. Om dette ikke blir fremlagt ber vi Patentstyrets annen avdeling om å trekke sine egne konklusjoner om det.

Vi kan ikke se bort fra at denne saken etter hvert vil havne i retten og at disse dokumentene da vil bli krevd fremlagt. Det vil underlette for prosessen om de kommer frem så tidlig som mulig i prosessen.

Vi ber derfor Patentstyrets annen avdeling om å gjøre en ny helhetsvurdering og;

Oppheve Patentstyrets første avdelings avgjørelse av 2006.06.26 og la registreringen av varemerket "FARMAND" bli stående.

Subsidiært en avgjørelse der vår registrering av varemerket "FARMAND" blir kjent gjeldende for kun klasse 9: "internettpublisering".

Til slutt beklager vi sen levering av dokumentasjonen som følger av den tid det har tatt å forhandle frem en fungerende avtale med boet samt fremskaffe tilhørende dokumentasjon.

Vedlegg 1.

Avtale med Farmand Megling AS konkursbo.

Vedlegg 2.

Utskrift av NORID domeneregister for domenet farmand.no fra 2002 hvor der fremgår at Farmand Megling AS innehar registreringen av dette domenet.

Vedlegg 3.

Utskrift av NORID domenereregister for domenet farmand.no fra 2007 hvor det fremgår at Farmand AS nå innehar registreringen av dette domenet.

Vedlegg 4.

Utskrift av Whois som viser at Hans Jørgen Lynglimt innehar domenet farmand.com.

Vedlegg 4.

Utskrift fra den semi offisielle archive.org.

Arkiverte sider for farmand.com

Arkiverte sider for farmand.no

Vedlegg 5.

Utskrift fra archive.org for farmand.com fra 8. oktober 2002.

Utskrift fra archive.org for farmand.no fra 4. desember 2000.

Vedlegg 6. Brev fra Brønnøysundregisterene datert 28.10.2002 med nektet registrering av Farmand AS på grunn av firmalikhhet med Farmand Megling AS.

Vedlegg 7. Artikkel fra Dagens Næringsliv, relevant for totalforståelse av sakens natur."

I etterfølgende e-post av 22. mai 2007, vedlagt utskrift fra Enhetsregisteret i Brønnøysund, uttaler innehaver videre:

"Vedleggene til brevet ble sendt per post i går med unntak av det vedlegget som følger denne e-post, det kom meg i hende fra Brønnøysundregisteret i dag 22. mai.

Vedlegget har to sider, det er et brev fra Brønnøysund opprinnelig datert 28.10.2002 som ble sendt til Farmand AS den 28.10.2002. I kopien står dato "22.05.2007", dette er åpenbart feil og kommer av at brevet ligger digitalt hos Brønnøysund og får den datoen på seg som det kjøres ut, vi har gått flere runder med dem om dette som beklageligvis har tatt tid. I arkivene til Foretaksregisteret fremkommer det dog klart at brevet ble sendt Farmand AS den 28.10.2002."

I tilsvar av 22. august 2007, etter meddelte fristutsettelse, uttaler innsigers fullmektig følgende:

"Vi viser til Patentstyrets vedtak, Hans Jørgen Lynglimt anke av 23. september 2006, samt senere korrespondanse i saken.

På innsigers vegne fastholder vi at det søkte merket er egnet til å forveksles med innsigers innarbeidede merke og at Første Avdeling har truffet en riktig avgjørelse.

Varemerkene FARMAND og FARMANDPRISEN er innarbeidet for innsiger. Prisen ble første gang utdelt i 1955 og har blitt utdelt årlig etter dette. Etter avtale med Hjemmet Mortensen i 1989 har det økonomiske tidsskriftet "Økonomisk Rapport" vært sekretariat og videreført utdelingen av FARMANDPRISEN. I den forbindelse utgis det også et kompendium (se tidligere vedlagt dokumentasjon) som inneholder en evaluering av årsrapportene til samtlige deltakere. Fra og med 2006 deles det også ut en egen FARMANDPRIS for bedrifter og offentlig forvaltning med de beste internettsider. Linken til FARMANDPRISENE ligger for øvrig fast fra førstesiden til nettutgaven av Økonomisk Rapport.

Økonomisk Rapport's bruk av merkene er følgelig en videreføring og opprettholdelse av innarbeidelsesvernet som ble oppnådd for varemerket FARMAND for økonomisk tidsskrift og varemerket FARMANDPRISEN for utdeling av de aktuelle prisene.

Iht varemerkeloven § 2 er kravet til innarbeidelse av kjennetegn "for noens varer" innfridd med innsigers bruk. Søkers drøftelser rundt det kontraktsrettslige grunnlag for videreføringen vil uansett ikke ha noen relevans i varemerkerettslig sammenheng så lenge faktisk bruk og videreføring har funnet sted på innsigers hånd i alle årene etter 1989.

Søkers varemerke vil være egnet til forveksling med innsigers merke selv om Annen avdeling kun legger innarbeidelse av ordmerket FARMANDPRISEN til grunn. Merkeelementet "prisen" er et generisk tillegg som ikke innehar noen nevneverdig atskillende evne.

Merkeelementet FARMAND har for lengst gått ut av det norske språk og betydningen er ukjent for de aller fleste. Dette merkeelementet er distinktivt og har oppnådd ytterligere særpreget gjennom innarbeidelse. Dette må medføre et bredt vern mot nærliggende merker.

I nærværende sak er søkers merke identisk med det særpregede merkeelementet FARMAND og søkers merke tas som helhet opp i det innarbeidede merket. Når kjennetegnene er så like, må det være betydelig avstand mellom varene for å unngå forveksling.

Det fastholdes at det foreligger varelikeartethet mellom merkene, jf varemerkeloven § 6. Vi vil hevde at omsetningskretsen vil tro det foreligger et fellesskap med hensyn til produksjon og omsetning, jf varemerkeloven § 14 første ledd nr. 6.

Dette vil også gjelde dersom merket skulle vurderes for nettaviser med økonomisk innhold alene. Problemstillingene knyttet til vareslagslikhet som ble drøftet i Patentstyrets avgjørelser, har samme relevans for økonomiske tidsskrifter om de er publisert i papirform eller over Internet. Her skal det for øvrig nevnes at informasjon om FARMANDPRISEN ligger til en hver tid lett tilgjengelig på nettavisen til Økonomisk Rapport.

Begge varemerkene henvender seg til det samme publikum. Den relevante omsetningskretsen er lesere av økonomiske aviser og tidsskrifter og er i første rekke næringsdrivende og andre som har nytte av å holde seg oppdatert i økonomiske spørsmål og næringslivet generelt. I et lite land som Norge er denne omsetningskretsen relativt liten, og merkebevisstheten i denne gruppen er høy. Det er etter vårt skjønn ikke tvil om at denne omsetningskretsen vil ledes til å tro at søkers bruk av varemerket FARMAND for et økonomisk tidsskrift har samme kommersielle opprinnelse som det innarbeidede merket for priser/kompendier knyttet til det økonomiske tidsskriftet "Økonomisk Rapport".



Innsiger fastholder at det må stilles spørsmål ved hvorfor søker velger akkurat merket FARMAND dersom motivet ikke er å nyte godt av den goodwill som er knyttet til det gamle tidsskriftet og det nåværende kompendiet FARMAND og FARMANDPRISEN.

Søker er siviløkonom, og har utvilsomt vært kjent med FARMANNPRISEN og utgivelsen av kompendiet under dette varemerket. En som skal starte et økonomisk tidsskrift bør forventes å ha besøkt hjemmesiden til konkurrerende tidsskrift og nærliggende informasjon. Søker har ikke på noe tidspunkt bestridt at merket FARMAND eller FARMANDPRISEN ikke er godt kjent. Søker må være kjent med at varemerket FARMAND og FARMANDPRISEN brukes i tilknytning til det økonomiske tidsskriftet Økonomisk Rapport, og lett gir assosiasjoner til dette.

I tillegg til at søker er i omsetningskretsen for innsigers merke, har søker også tidligere forsøkt å ta i bruk andres varemerker. Det vises i denne forbindelse til en artikkel fra nettstedet Propaganda hvor det fremgår at søker forsøkte å etablere tidsskriftet KAPITAL i Sverige. Utgivelsen ble stanset etter protester fra innehaver av det kjente varemerket KAPITAL. Artikkelen vedlegges som dokumentasjon.

Når det gjelder søkers henvisning til Lundetangendommen, viser vi til det som tidligere er nevnt fra denne siden. Faktum i Lundetangendommen faller ikke sammen med nærværende sak og det er slått fast i juridisk teori og i NOU 2001:8 at beskyttelsen vil gjelde så lenge merket er godt kjent for noens varer eller tjenester.

Vi kan heller ikke se at søkers eventuelle overtagelse av et konkursbo etter eiendomsmeglingsbyrået har noen relevans for nærværende sak.

Det ovennevnte tatt i betraktning anmoder vi Annen Avdeling å opprettholde beslutningen truffet i Første Avdeling om å oppheve registreringen av registreringsnummer 216973, FARMAND i klasse 9 og 16."

Det er ikke innkommet noen ytterligere uttalelse fra innehaver innen den meddelte svarfrist 26. september 2007. Saken er deretter besluttet tatt opp til behandling på det foreliggende grunnlag.

### ***Annen avdeling skal uttale:***

Annen avdeling er kommet til et annet resultat enn 1. avdeling.

Ordet FARMANN betegner en reisende eller en handelsmann. Annen avdeling legger til grunn at ordets betydningsinnhold fortsatt vil bli oppfattet av gjennomsnittsforbrukeren her i landet, men at det ikke er en del av det aktive, norske språk; det benyttes ikke lenger i vanlig språkbruk som

betegnelse på handlende. Ordet må i dag anses som suggestivt, på grensen mot det deskriptive, når det benyttes på varer eller tjenester rettet mot næringslivet, og kommer i så måte i omtrent den samme stilling som LANDMAND for landbruksprodukter, jf. 2. avd. kj. 4834, NIR 1982 s. 140.

Tidsskriftet "Farmand" var et norsk forretningsblad, som ble grunnlagt i 1891, visstnok som Nordens første publikasjon i sin genre. I 1985 ble tidsskriftet overtatt av J. W. Cappelens Forlag AS, før det gikk inn på slutten av 1980-tallet.

"Farmandprisen" ble innstiftet av tidsskriftet Farmand i 1955, og ble delt ut til det norske aksjeselskap som kunne fremvise den beste og mest komplette årsrapport. Da Farmand gikk inn, overtok innsiger, Økonomisk Rapport, som sekretariat for Farmandprisen. Innsiger har opplyst at den videre bruken av betegnelsen Farmandprisen bygger på en "muntlig avtale med Hjemmet Mortensen i 1989 [om] retten til å bruke varemerket FARMAND". Det er ikke gitt opplysninger om avtalens nærmere innhold.

Farmandprisen utdeles fortsatt til det norske selskapet som utgir den beste årsrapporten. I tillegg er det opprettet egne priser for ikke-børsnoterte selskaper, offentlige virksomheter mv. Hver klasse har en egen jury, som baserer sitt arbeid på forberedende gjennomgørelser av årsrapporter, utført av utvalgte økonomistudenter. I forbindelse med prisutdelingen utgis et kompendium, hvor et større antall årsrapporter beskrives og kritiseres.

Varemerket FARMAND var utvilsomt et sterkt innarbeidet varemerke for forretningsbladet Farmand. Innsigelsen er imidlertid ikke basert på eventuelle rettigheter til dette varemerket, idet innsiger ikke har anført å ha overtatt slike rettigheter fra den tidligere utgiver av tidsskriftet. Det foreligger heller ikke tilstrekkelig grunnlag i sakens dokumenter for å ta stilling til om FARMAND fortsatt er vernet som et innarbeidet varemerke for forretningsblad her i riket.

Grunnlaget for innsigelsen er virksomheten knyttet til utdelingen av Farmandprisen fra 1955, i regi av innsiger fra 1989. Annen avdeling legger til grunn at innsiger, i henhold til den påberopte avtale med Hjemmet Mortensen, har enerett til å bruke betegnelsen "Farmandprisen", og som følge herav også har rett til å håndheve eventuelle rettigheter overfor andre. Annen avdeling legger videre til grunn at betegnelsen "Farmandprisen" er godt kjent innenfor næringslivet, som

betegnelse på den ovenfor beskrevne priskonkurranse. Det må imidlertid anses som tvilsomt om betegnelsen er godt kjent *som varemerke*, dvs. "som særlig kjennetegn for noens varer" (eller tjenester), jf. varemerkelovens § 2 annet ledd.

Bruk av en betegnelse anses som varemerkebruk dersom betegnelsen brukes for å skille en vare eller en tjeneste fra andre virksomheters varer eller tjenester, jf. EF-domstolens avgjørelse i sak C-17/06 (Céline) og Høyesteretts dom i Rt. 2006 s. 1473 (livbøye). Arrangementer i forbindelse med prisutdelinger kan innebære tjenesteyting, f.eks. som en form for underholdningsvirksomhet, og bruk av en betegnelse for et slikt arrangement kan dermed ha karakter av varemerkebruk, forutsatt at betegnelsen brukes slik at den er egnet til å skille virksomheten fra andres virksomhet av lignende slag. Tjenesteyting i forbindelse med prisutdelinger kan være rettet mot publikum, som eventuelt betaler vederlag for å få tilgang til arrangementet, og mot "sponsorer" eller annonsører, som ønsker reklameplass eller andre former for publisitet.

I det foreliggende tilfellet synes imidlertid utdelingen av Farmandprisen ikke å ha hatt karakter av tjenesteyting. I forordet til kompendiet for Farmandprisen 2002 er det fremhevet at "Farmandprisens formål er å bedre kvaliteten på årsrapportene som utgis av norske virksomheter". Økonomisk Rapport oppgis å være den som "organiserer og finansierer arbeidet med Farmandprisen", men "juryene fatter sine beslutninger på et fritt og selvstendig grunnlag og er helt uavhengige av Økonomisk Rapport". De årlige prisutdelinger dekkes på vanlig redaksjonell måte i tidsskriftet.

Mot denne bakgrunn finner 2. avdeling det vanskelig å legge til grunn at utdelingen av Farmandprisen kan anses som en tjeneste rettet mot en omsetningskrets, eller at "Farmandprisen" har vært benyttet for å betegne priskonkurransens kommersielle opprinnelse. Snarere synes "Farmandprisen" å ha vært benyttet som betegnelse for selve prisen eller konkurransen, en konkurranse med et hovedsakelig ideelt formål. Den omstendighet at innsigeren har hatt en økonomisk, næringsmessig interesse i konkurransen, bl.a. gjennom den redaksjonelle dekningen av prisutdelingen, endrer ikke dette bildet. Det må etter dette legges til grunn at FARMANDPRISEN ikke kan anses innarbeidet *som varemerke*, som har krav på vern etter varemerkelovens § 2. Under enhver omstendighet kan det registrerte varemerket ikke anses egnet til å forveksles med kjennetegnet FARMANDPRISEN for priskonkurranser.

Etter § 14 første ledd nr. 6 kan et varemerke ikke registreres dersom det er egnet til å forveksles med et varemerke som er vernet for en annen. Forvekselbarhet forutsetter en viss grad av kjennetegnslighet og vareslagslikhet (varemerkeloven § 4 jf. § 6 første ledd). De to elementene kan ikke vurderes separat. Det må foretas en helhetsvurdering hvor både vareslags- og kjennetegnslikheten spiller inn, jf. høyesterettsdommen i Rt. 1998 s. 1988, NIR 1999 s. 739 (COSMICA) og 2. avd. kj. 6747, NIR 2000 s. 91 (CONDIS), samt EF-domstolens avgjørelser i sakene C-251/95 *Sabel v. Puma* (Sml. 1997 s. I-6191) og C-39/97 *Canon v. Metro-Goldwyn-Mayer* (Sml. 1998 s. I-5507). Vurderingstemaet er om en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen for de varer eller tjenester det gjelder kan komme til å ta feil av kjennetegnene (direkte forveksling), eller komme til å tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom de to kjennetegnene innehavere (indirekte forveksling), jf. Rt. 1999 s. 641, NIR 1999 s. 582 (SUPERLEK), samt *Sabel v. Puma* og *Canon v. Metro-Goldwyn-Mayer*. Gjennomsnittsforbrukeren vil normalt oppfatte merkene som en helhet, uten å undersøke detaljer eller analysere merkenes enkelte deler. Han må anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert. Det må imidlertid tas hensyn til at han normalt ikke vil ha mulighet til å sammenligne merkene, men må stole på det ufullstendige bilde han har av dem i erindringen, jf. EF-domstolens avgjørelse i sak C-342/97 *Lloyd v. Klijsen* (Sml. 1999 s. I-3819). Ved vurderingen av kjennetegnslikheten må det blant annet legges vekt på graden av visuell, fonetisk og begrepsmessig likhet. Det må også tas hensyn til at omsetningskretsens oppmerksomhetsnivå kan variere, alt etter hvilke kategorier av varer eller tjenester det er snakk om og hvorledes de omsettes.

Annen avdeling er enig med 1. avdeling i at det er stor grad av likhet mellom kjennetegnene FARMAND og FARMANDPRISEN. Det tilføyes i denne forbindelse at det i en varemerkerettslig sammenheng ikke kan ses å være noen nevneverdig forskjell mellom skrivemåtene "farmand" og "farmann", og at det derfor ikke ville ha hatt noen avgjørende betydning for vurderingen av merkelikheten om merkehaveren hadde begjært merket endret til FARMANN, slik han har holdt muligheten åpen for.

Til tross for den foreliggende kjennetegnslighet, foreligger det, etter 2. avdelings oppfatning, ingen risiko for forveksling mellom FARMAND, brukt for nettaviser i klasse 9 og for magasiner, tidsskrifter eller aviser i klasse 16, og FARMANDSPRISEN, brukt for organisering av en konkurranse med prisutdeling for beste årsrapport. Det er ikke fellesskap i bruk eller formål, og

det er vesentlige forskjeller mellom utgivelse av nett- eller papirbaserte redaksjonelle medier og organisering av konkurranser med prisutdeling for beste årsrapport. Riktignok er det vanlig at aviser og tidsskrifter arrangerer forskjellige former for priskonkurranser, hovedsakelig rettet mot egne lesere, men slike konkurranser har som regel preg av å være underholdningsstoff eller reklametiltak, og de skiller seg på en rekke måter klart fra utdelingen av Farmandprisen.

Mot denne bakgrunn kan det ikke anses å foreligge en risiko for forveksling etter varemerkelovens § 14 første ledd nr. 6, og det kan dermed heller ikke anses å foreligge noen registreringshindring etter § 14 første ledd nr. 7.

Annen avdeling skal tilføye at man ikke har tatt stilling til om "Farmandprisen" har vern som kjennetegn for priskonkurranser på ulovfestet grunnlag, eller til den mulige rekkevidden av et slikt vern. Heller ikke har man tatt stilling til om, og eventuelt i hvilken utstrekning, bruk av "Farmandprisen" eller lignende kjennetegn vil være i strid med bestemmelsene i markedsføringslovens § 1 eller § 8a. Slike eventuelle rettigheter kan, slik nærværende sak er blitt opplyst for 2. avdeling, ikke anses å være til hinder for opprettholdelse av det registrerte varemerket.

Mot denne bakgrunn blir 1. avdelings avgjørelse å oppheve.

*Det avses slik*

*kjennelse:*

Første avdelings avgjørelse oppheves.

Are Stenvik (sign.)

Ida Andren (sign.)

Ole-A. Rognstad (sign.)