



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 17/2020

Auðkennið SKRIFSTOFUVÖRUR

I.

Málsmeðferð

1.

Erindi Skrifstofuvara ehf. barst Neytendastofu með tölvubræfi þann 29. janúar 2020. Í bréfinu segir að Egilsson ehf., sem reki verslanirnar A4, sendi viðskiptavinum sínum reglulega fjölpóst til að auglýsa vörur sínar. Í þessum fjölpósti sé notast við auðkennið SKRIFSTOFUVÖRUR.

Skrifstofuvörur telji notkun Egilsson brjóta gegn ákvæðum 14. og 15. gr. a. laga nr. 57/2005 og þau rakin í bréfinu.

Egilsson og Skrifstofuvörur séu samkeppnisaðilar á ritfanga- og rekstrarvörumarkaði. Kvartað sé yfir misvísandi auglýsingum Egilsson í fjölpósti til viðskiptavina sinna og notkun Egilsson á firmanafninu Skrifstofuvörur sem sé skrásett vörumerki.

2.

Erindi Skrifstofuvara var sent Egilsson til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 10. febrúar 2020. Í bréfinu var vakin athygli á að stofnunin teldi 5. gr. laga nr. 57/2005 einnig geta átt við um erindið.

Ekkert svar barst og var ítrekun send Egilsson með bréfi Neytendastofu, dags. 18. mars 2020. Í bréfinu kom fram að bærst stofnuninni ekki svar mætti búast við því að tekin yrði ákvörðun á grundvelli fyrirbyggjandi gagna.

Ekkert svar barst stofnuninni.



II.

Niðurstaða

1.

Mál þetta snýr að kvörtun Skrifstofuvara ehf. yfir notkun Egilsson ehf., rekstraaðila verslananna A4, á auðkenninu SKRIFSTOFUVÖRUR. Telja Skrifstofuvörur notkunina brjóta gegn 14. og 15. gr. a. laga nr. 57/2005. Aðilar séu keppinautar á markaði með ritfang- og rekstravörur.

Engin svör bárust af hálfu Egilsson.

Við meðferð málsins vakti Neytendastofa athygli á að ákvæði 5. gr. laga nr. 57/2005 gæti átt við um erindið.

2.

Í 5. gr. laga nr. 57/2005 er lagt almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fer fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Í V. kafla laga nr. 57/2005 er fjallað um háttsemi milli fyrirtækja. Þar segir í 14. gr.:

„Óheimilt er að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki eru brenndar gagnvart keppinautum, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vara, fasteigna, þjónustu eða annars þess sem haft er á boðstólum í atvinnustarfsemi sem lög þessi taka til.“

Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum mega skv. ákvæðinu ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut auglýsanda eða stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum.

Ákvæði 15. gr. a. er svohljóðandi:

„Óheimilt er að nota í atvinnustarfsemi firmanafn, verslunarmerki eða því um líkt, sem sá hefur ekki rétt til er notar, eða reka atvinnu undir nafni sem gefur villandi upplýsingar um eignarrétt eða ábyrgð atvinnurekanda. Enn fremur er sérhverjum bannað að nota auðkenni, sem hann á tilkall til, á þann hátt að leitt geti til þess að villst verði á því og öðru einkenni sem annað fyrirtæki notar með fullum rétti.“

Í ákvæðinu felst almenn vernd auðkenna sem kemur til fyllingar á vörumerkjavernd. Efnislega er 15. gr. a. samhljóða ákvæði eldri laga um almenna vernd auðkenna. Fyrri málsliður 15. gr. a. hefur að geyma almennt bann við því að nota auðkenni, t.d. firmanafn og vörumerki, sem annar á. Rétturinn til þessara auðkenna getur hvílt á sérloggjöf svo sem lögum um vörumerki, lögum



um verslunarskrár, firmu og prókúruumboð og því um líkt. Af lögskýringargögnum sést glöggt að ákvæðið skiptir máli um viðbótarvernd við þá vernd sem framangreind sérlög veita auðkennum. Þar kemur einnig fram að í 2. másl. greinarinnar sé rétturinn til að nota eigin auðkenni takmarkaður á þann veg að óheimilt sé að nota auðkenni þannig að leitt geti til þess að villst verði á því og öðru auðkenni sem annað fyrirtæki notar með fullum rétti. Þetta ákvæði tekur því til sömu auðkenna og almenna reglan í 1. másl. Þessi málsliður á við í þeim tilvikum sem báðir málsaðilar eiga rétt til auðkenna sinna og þarf þá að líta til þess hvort notkun þess sem seinna byrjaði notkun valdi ruglingshættu milli aðila.

3.

Réttur til vörumerkis getur stofnast annars vegar fyrir skráningu og hins vegar fyrir notkun. Meginreglan er sú að eigandi merkis öðlast einkarétt til auðkennisins og er öðrum þar með óheimilt að nota það eða annað auðkenni sem líkist því svo mikið að ruglingshætta skapist. Ákvæði 15. gr. a. laga nr. 57/2005 er einkum ætlað að vernda auðkenni gegn því að keppinautur noti annað auðkenni sem líkist því mikið. Við mat á ruglingshættu er litið til þess hvort málsaðilar séu í samkeppni og hvort þeir séu á sama markaðssvæði. Til þess að njóta einkaréttar verður auðkennið að vera þess eðlis að það geti aðgreint eiganda þess eða vöru hans eða þjónustu frá keppinautum og takmarkast verndin því að jafnaði við að vörumerkið sé ekki almennt orð og lýsandi fyrir þá vöru eða þjónustu sem málsaðili og keppinautar hans bjóða.

Samkvæmt gögnum málsins eiga Skrifstofuvörur skráð firmaheiti hjá firmaskrá auk þess að eiga skráð orð- og myndmerkið SKRIFSTOFUVÖRUR hjá Hugverkastofu, frá 30. nóvember 2019. Orð- og myndmerki Skrifstofuvara felur í sér mynd af tveimur bréfklemmum sem tvinnast saman og orðinu SKRIFSTOFUVÖRUR í hástöfum undur myndinni. Merkið er í dökkbláu letri á hvítum grunni. Engin gögn hafa verið lögð fram um rétt Egilsson til auðkennisins en af því markaðsefni sem fylgdi erindi Skrifstofuvara má sjá að orðið *Skrifstofuvörur* kemur fyrir í yfirskrift auglýsinga A4 ýmist í bláu letri á hvítum grunni eða í hvítu letri á appelsínugululum grunni. Í markaðsefni Egilsson er orðið skrifað með almennum rithætti, þ.e. stór stafur eingöngu í upphafi orðsins. Þá er myndmerki A4 birt samhliða orðinu í yfirskrift markaðsefnisins.

Að mati Neytendastofu gefa auglýsingar Egilsson, sem lagðar hafa verið fram í málinu, ekki til kynna að firmaheiti eða auðkenni auglýsanda sé SKRIFSTOFUVÖRUR eða að um sé að ræða auglýsingu frá Skrifstofuvörum. Þrátt fyrir að orðið skrifstofuvörur komi fyrir í yfirskrift auglýsinganna er framsetning þess, samhliða vörumerkinu A4, ekki með þeim hætti að talin verði líkindi við auðkenni Skrifstofuvara eða að hætta sé á ruglingi í skilningi 15. gr. a. laga nr. 57/2005.

Þó auðkenni Skrifstofuvara geti notið verndar samkvæmt ákvæði 15. gr. a. kemur það ekki í veg fyrir að önnur fyrirtæki sem selja slíkar vörur, markaðssetji þær í auglýsingum og öðru kynningarefni undir orðinu sé þess gætt að framsetning valdi ekki ruglingi við auðkenni Skrifstofuvara.



Að teknu tilliti til ofangreinds telur Neytendastofa ekki líkur á að neytendur séu líklegir til að eiga viðskipti við rangan aðila eða ruglast á keppinautunum vegna notkunar Egilsson á orðinu skrifstofuvörur. Eins og sakir standa í máli þessu telur Neytendastofa því ekki um að ræða brot gegn ákvæðum laga nr. 57/2005 eða tilefni til frekari afskipta eða aðgerða af hálfu stofnunarinnar.

IV.

Ákvörðunarorð:

„Ekki er ástæða til aðgerða Neytendastofu í máli þessum.“

Neytendastofa, 13. maí 2020

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir