

**ÚRSKURÐUR**  
**ÁFRÝJUNARNEFNDAR NEYTENDAMÁLA**

---

**MÁL NR. 21/2014**

Kæra Kristins L. Matthíassonar á ákvörðun Neytendastofu frá 28. nóvember 2014.

1. Þann 22. maí 2015 er tekið fyrir mál áfrýjunarnefndar neytendamála nr. 21/2014: Kæra Kristins L. Matthíassonar á ákvörðun Neytendastofu frá 28. nóvember 2014 í máli nr. [52/2014](#). Í málinu úrskurða Hildur Dungal, Egill Heiðar Gíslason og Halldóra Þorsteinsdóttir.
2. Með kæru, dags. 11. desember 2014, hefur kærandi kært til áfrýjunarnefndar neytendamála ákvörðun Neytendastofu frá 28. nóvember 2014, um að ekki sé ástæða til aðgerða vegna kvörtunar hans yfir notkun Iceland taxi tours ehf. á heitinu Iceland taxi tours. Kærandi krefst þess að hin kærða ákvörðun verði felld úr gildi og að öll notkun á umræddu heiti verði bönnuð.
3. Kæruheimild er í 2. mgr. 4. gr. laga um Neytendastofu og talsmann neytenda nr. 62/2005, sbr. 4. mgr. 4. gr. laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu nr. 57/2005.

**MÁLAVEXTIR**

4. Með bréfi til Neytendastofu, dags. 16. maí 2014, kvartaði kærandi undan notkun Iceland taxi tours ehf. á heitinu Iceland taxi tours. Í bréfinu er rakið að kærandi hafi fengið skráð lénið Icelandtaxi.com 11. apríl 2002 og hafi hann notað nafnið Iceland taxi síðan í tengslum við rekstur leigubifreiða. Öll þessi ár hafi viðskiptin verið aðallega fyrir ferðafólk og þá einkum akstur til og frá Keflavíkurflugvelli. Markaðssetning á vörumerki kæranda hafi verið góð og viðskipti mikil. Nú bregði svo við að ákveðnir aðilar hafi stofnað einkahlutafélag með nafninu Iceland taxi tours ehf., sem bjóði upp á akstur með ferðamenn á helstu ferðamannastaði á suður- og vesturlandi. Kæranda sé ekki kunnugt um hvort rekstrarleyfi séu til staðar en ljóst sé að rekstur undir heitinu Iceland taxi hafi verið starfræktur frá árinu 2002 og þessi nýi aðili sé að nýta sér heitið og þá viðskiptavild sem fyrirtækið hafi áunnið sér á rúmlega 12 árum.
5. Nafnið Iceland taxi sé orðið verulega þekkt hjá ferðaskrifstofum og ferðafólki þar sem starfsemi þess hafi aðallega verið í kringum Keflavíkurflugvöll með farþega til og frá völlum og styttri túra með útlendinga. Þetta nýja félag sé einungis að reyna að nýta sér á ódýran hátt þá viðskiptavild sem kærandi hafi skapað sér á rúmlega 12 árum. Bæði nöfnin höfði til leigubifreiðaaaksturs þannig að veruleg hætta sé á ruglingi og óþægindum vegna þessa. Því sé gerð sú krafa að notkun á heitinu „Iceland taxi tours“ verði bönnuð. Bendi kærandi á að félagið hafi gerst brotlegt við 5., 14. og 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með

viðskiptaháttum og markaðssetningu. Með bréfinu fylgdi afrit af auglýsingu Iceland taxi tours ehf. og upplýsingar um skráningu kæranda á léninu icelandtaxi.com.

6. Með bréfi Neytendastofu til Iceland taxi tours ehf., dags. 10. júní 2014, var framkomið erindi kæranda kynnt og tekið fram að hann teldi félagið hafa brotið gegn 5. 14. og 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Þá var tekið fram að Neytendastofa teldi 15. gr. a sömu laga einnig geta átt við um erindið. Var óskað eftir skýringum eða athugasemdum félagsins við erindi kæranda. Svar barst með bréfi, dags. 16. júní 2014. Þar er því hafnað að 14. gr. fyrrgreindra laga eigi við, þar sem hvergi sé í auglýsingum félagsins að finna rangar, villandi eða ófullnægjandi upplýsingar. Í 1. mgr. 10. gr. laga nr. 42/1903 um verslanaskrár, firmu og prókúruumboð segi að enginn megi nota í firma sínu nafn annars manns án leyfis. Þegar skoðað sé hvort nafn sé í raun nafn annars þurfi að líta til laga nr. 45/1997 um vörumerki. Í 1. mgr. 13. gr. þeirra komi fram að það sé skilyrði fyrir skráningu eða notkun vörumerkis að merkið sé til þess fallið að greina vöru og þjónustu merkiseiganda frá vörum og þjónustu annarra. Merki, sem eingöngu eða aðeins með smávægilegum breytingum eða viðbótum gefi til kynna m.a. tegund vörunnar eða þjónustunnar, ástand, magn, notkun, verð, uppruna eða hvenær varan er framleidd eða þjónustan látin í té, skuli ekki telja hafa nægilegt sérkenni. Sama eigi við um tákn eða orðasambönd sem teljist algeng í viðskiptum eða notuð í daglegu máli.
7. Orðin Iceland taxi séu mjög almenn. Iceland gefi til kynna upprunastað og taxi ásamt tours gefi til kynna tegund þjónustunnar. Öll orðaheitin séu það almenn að ómögulegt sé að telja þau nægilega sérkennandi. Því eigi 15. gr. og 15. gr. a, auk 5. gr. laga nr. 57/2005 ekki við í málinu. Þessu til stuðnings megi nefna ákvörðun Einkaleyfastofunnar, þar sem skráningu vörumerkisins Icelandic Excursions hafi verið hafnað og eins ákvörðun stofnunarinnar þar sem skráningu vörumerkisins Hótel Keflavík hafi verið hafnað. Í báðum tilfellum hafi verið talið að orðnotkunin væri of lýsandi og ekki nægilega sérkennandi til þess að geta hlotið vernd. Að lokum verði að nefna að á markaði séu fjórir aðilar sem noti heitið Iceland taxi, en það séu Icelandtaxitours.com, Icelandtaxitours.is, Icelandtaxi.com og Icelandtaxi.net. Eina fyrirtækið sem kærandi kvarti yfir sé Iceland taxi tours ehf. Félagið sé það eina sem sé með skráð firmaheitið Iceland taxi tours ehf. Þá megi taka fram að samkvæmt upplýsingum sem félagið hafi fengið hafi kærandi, sem skráður sé fyrir léninu icelandtaxi.com, hvorki réttindi til þess að aka leigubifreiðum né ferðaskipuleggjendaleyfi, sem sé skilyrði þess að skipuleggja megi slíkar ferðir. Hvetji félagið Neytendastofu til að kanna þær upplýsingar hjá viðeigandi opinberum aðilum. Að öðru leyti sé kröfum kæranda hafnað.
8. Með bréfi Neytendastofu, dags. 20. júní 2014, var kæranda kynnt bréf Iceland taxi tours ehf. og honum boðið að koma að skýringum eða athugasemdum við það. Svar barst með bréfi kæranda, dags. 16. júlí 2014. Þar er tekið fram að kærandi sé eigandi vörumerkisins Iceland Taxi comfort in transport og lénsins icelandtaxi.com, sbr. meðfylgjandi staðfestingar úr léna- og vörumerkjaskrá. Kærandi sé jafnframt réttihafi lénsins icelandtaxi.is. Í auglýsingum Iceland

taxi tours ehf. sé að finna villandi upplýsingar sem séu að mati kæranda til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn þjónustu hans. Kvörtun kæranda hafi fylgt afrit af auglýsingu félagsins þar sem í merki þess sé orðið „tours“ í smáu letri og áherslan lögð á orðin „Iceland taxi“. Slík framsetning á upplýsingum í auglýsingu félagsins sé villandi að mati kæranda og brjóti gegn 14. gr. laga nr. 57/2005. Kærandi bendi á að kvörtun hans hafi eingöngu beinst að notkun Iceland taxi tours á auðkenninu Iceland taxi og ákvæðum laga nr. 57/2005 í því sambandi. Tilvísanir Iceland taxi tours ehf. til laga um vörumerki og laga nr. 42/1903 hafi því ekkert vægi í málinu, sem snúist ekki um túlkun og beitingu þeirra. Einkaleyfastofan fari með stjórnvaldshlutverkið samkvæmt þeim lögum en ekki Neytendastofa og síðarnefndu stofnuninni sé óheimilt að beita lögum sem heyri undir stjórnvöld, sbr. m.a. aðgreiningarreglu stjórnsýsluréttar. Kærandi taki þó fram að grunnsjónarmið í vörumerkjarétti kunni að hafa áhrif við túlkun á 15. gr. a laga nr. 57/2005, eins og nánar verði vikið að.

9. Vegna tilvísana Iceland taxi tours ehf. til þess að orðin Iceland Taxi séu ekki nægilega sérkennandi sé á það bent að meginreglan um sérkenni auðkenna sé ekki fortakslaus, sbr. m.a. dóm Hæstaréttar í máli nr. 538/2012. Þá sé ljóst að skilyrði skráningar á vörumerki kæranda hafi verið uppfyllt og því hafi greinilega verið talið að merkið væri til þess fallið að greina þjónustu kæranda frá þjónustu annarra. Við mat á því hvort brotið hafi verið gegn 2. málsl. 15. gr. a laga nr. 57/2005 geti verið rétt að veita auðkenni vernd á grundvelli samkeppnissjónarmiða jafnvel þótt viðkomandi auðkenni sé almennt eða lýsandi fyrir viðkomandi vöru eða þjónustu. Í fyrrgreindum dómi Hæstaréttar hafi til að mynda verið talið að auðkennið „Hótel Keflavík“ væri of sérkennalaust og lýsandi til þess að njóta verndar vörumerkjalaga nr. 45/1997, en það hafi hins vegar ekki komið í veg fyrir að auðkennið nyti verndar 2. málsl. 15. gr. a laga nr. 57/2005 eins og á stóð. Hvað það varðaði hafi Hæstiréttur lagt áherslu á að þau auðkenni, sem um var deilt, vörðuðu heiti tveggja hótela sem voru hlið við hlið og þótti ljóst að nokkur hætta væri á að neytendur rugluðu saman hótelnunum tveimur.
10. Lénið icelandtaxi.com hafi fyrst verið skráð árið 2002 og verið notað frá þeim tíma um rekstur leigubifreiða á vegum kæranda. Iceland taxi tours ehf. hafi verið stofnað í ágúst 2013 og séu stofnendur þess m.a. einstaklingar sem höfðu áður tekið að sér akstur fyrir kæranda. Þeir hafi því þekkt reksturinn og eðli hans vel, svo og heiti kæranda. Óumdeilt sé að Iceland taxi og Iceland taxi tours starfi á sama markaði og stundi starfsemi frá sama stað, þ.e. Keflavíkurflugvelli. Sé því um verulega ruglingshættu að ræða. Forsvarsmenn Iceland taxi tours ehf. viti að notkun bæði heitisins og lénsins hafi leitt til þess að viðskiptavinir kæranda hafi villst á fyrirtækjunum tveimur. Hafi í ótalmörg skipti verið hringt í kæranda og spurt af hverju enginn á hans vegum sé kominn að sækja viðkomandi viðskiptavin þegar hann hafi hringt í Iceland taxi tours og óskað eftir þjónustu þess og öfugt. Af lögskýringargögnum með 15. gr. a fyrrgreindra laga megi ráða að ákvæðinu sé ætlað að veita fyrirtækjum, sem noti auðkenni í starfsemi sinni, sérstaka vernd gegn því að aðrir noti auðkenni, sem þeir eigi út af fyrir sig tilkall til, á þann hátt að villst verði á þessum tveimur auðkennum. Markmið ákvæðisins sé því ekki aðeins að veita fyrirtækjum vernd í innbyrðis samkeppni þeirra, heldur

ekki síður að koma í veg fyrir að villt verði um fyrir neytendum. Iceland taxi tours ehf. hafi notfært sér þá viðskiptavild sem kærandi hafi byggt upp frá árinu 2002 með því að nota auðkennið Iceland taxi, sem skapað hafi kæranda ákveðið orðspor. Félagið hafi því með ólögætum hætti brotið gegn kæranda, sbr. 15. gr. a laga nr. 57/2005.

11. Sú staðreynd, að fleiri aðilar notist við heitið Iceland taxi í starfsemi sinni breyti engu um það að kvörtun kæranda beinist nú eingöngu að Iceland taxi tours ehf. Ákvörðun Neytendastofu kunni að hafa í för með sér fordæmisgefandi áhrif varðandi notkun annarra aðila líka. Kærandi áskilji sér hins vegar allan rétt til að beina fleiri kvörtunum til Neytendastofu varðandi þessa nánar tilgreindu aðila. Þá skuli tekið fram að það, hvort kærandi hafi réttindi til að aka leigubifreið eða hafi ferðaskipuleggjendaleyfi, skipti engu um úrlausn þessa máls, enda heyri það undir önnur stjórnvöld. Það upplýsist þó að kærandi hafi réttindi til að aka leigubifreið og sé með umrætt leyfi frá Ferðamálastofu.
12. Með bréfi Neytendastofu til lögmanns Iceland taxi tours ehf., dags. 1. ágúst 2014, var vísað í bréf kæranda og félaginu boðið að koma að sínum athugasemdum við það. Svar barst með bréfi, dags. 18. ágúst 2014. Þar er tekið fram, vegna tilvísunar kæranda til dóms Hæstaréttar í máli nr. 538/2012, að niðurstaða dómsins hafi verið á þá leið að mikil ruglingshætta hefði verið á hótelnunum tveimur þar sem þau hefðu verið hlið við hlið. Slíkri ruglingshættu sé ekki til að dreifa í máli þessu. Í dómi Hæstaréttar í máli nr. 129/2012, þar sem Domus fasteignasala ehf. hafi krafist þess að viðurkennt yrði að Domusnova ehf. væri óheimilt að nota orðið Domus í nafni sínu, hafi rétturinn tekið fram að skoða þurfi sérstaklega hvort notkun á auðkenni sé til þess fallin að gefa til kynna að rekstur ákveðins aðila tengist með einhverjum hætti rekstri annars aðila og geti þannig spillt þeirri viðskiptavild sem aðili hafi áunnið sér með vörumerki sínu.
13. Í þessu máli sé um að ræða auðkennið Iceland taxi annars vegar og Iceland taxi tours hins vegar. Því sé alfarið hafnað að ruglingshætta sé fyrir hendi og að Iceland taxi tours ehf. sé kunnugt um slíka hættu, sbr. það sem kærandi haldi fram. Þá sé því hafnað að aðilar stundi starfsemi sína á sama stað, þar sem Keflavíkurflugvöllur sé einungis einn staður af mörgum þar sem félagið stundi sína atvinnustarfsemi. Af hálfu kæranda sé viðurkennt að auðkennin séu of lýsandi til þess að hljóta vörumerkjarétt. Engin líkindi séu með vörumerkjum aðila og ekkert sé í vörumerki eða heimasíðu fyrirtækjanna sem skapað geti þá hugmynd að aðilarnir tengist á einhvern hátt. Augljós munur sé á auðkennum aðila og fráleitt sé að leigubílastöð geti fengið vernd á auðkenninu Iceland taxi í öllum orðmyndum.
14. Með bréfi Neytendastofu til kæranda, dags. 21. ágúst 2014, sem Iceland taxi tours ehf. fékk jafnframt afrit af, var kæranda tilkynnt að gagnaöflun málsins væri lokið og yrði það tekið til ákvörðunar stofnunarinnar.

## ÁKVÖRÐUN NEYTENDASTOFU

15. Hinn 28. nóvember 2014 tók Neytendastofa hina kærðu ákvörðun, þar sem komist var að þeirri niðurstöðu að ekki væri ástæða til aðgerða af hálfu stofnunarinnar í tilefni af kvörtun kæranda. Í niðurstöðukafla ákvörðunarinnar er fyrst vikið að kvörtun kæranda og helstu sjónarmiðum aðila, auk þess sem efni 5., 14. og 15. gr. a laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu er rakið. Fram kemur að í síðargreinda ákvæðinu felist almenn vernd auðkenna sem komi til fyllingar vörumerkjavernd. Fyrri málslíður ákvæðisins hafi að geyma almennt bann við því að nota auðkenni, t.d. firmanafn og vörumerki, sem annar eigi. Rétturinn til þessara auðkenna geti hvílt á sérlöggjöf svo sem lögum um vörumerki, lögum um verslunarskrár, firmu og prókúruumboð og því um líkt. Af lögskýringargögnum sjáist glögg að ákvæðið skipti máli um viðbótarvernd við þá vernd sem framangreind sérlög veiti auðkennum. Þar komi einnig fram að í 2. málsl. 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 noti með fullum rétti. Þetta ákvæði taki því til sömu auðkenna og almenna reglan í 1. málsl. Þessi málslíður eigi við í þeim tilvikum sem báðir málsaðilar eigi rétt til auðkenna sinna og þurfi þá að líta til þess hvort notkun þess sem seinna hóf notkun valdi ruglingshættu á milli aðila.
16. Í ákvörðuninni kemur næst fram að réttur til vörumerkis geti stofnast annars vegar fyrir skráningu og hins vegar fyrir notkun. Meginreglan sé sú að eigandi merkis öðlist einkarétt til nafnsins og sé öðrum þar með óheimilt að nota það eða annað nafn sem líkist því svo mikið að ruglingshætta skapist. Ákvæði 15. gr. a laga nr. 57/2005 sé einkum ætlað að vernda auðkenni gegn því að keppinautur noti annað auðkenni sem líkist því mikið. Til þess að njóta einkaréttar verði vörumerkið að vera þess eðlis að það geti aðgreint fyrirtækið eða vöru þess eða þjónustu frá keppinautum og takmarkist verndin því að jafnaði við að merkið sé ekki almennt orð og lýsandi fyrir þá vöru eða þjónustu sem fyrirtækið bjóði. Við mat á ruglingshættu sé einnig litið til þess hvort fyrirtækin starfi á sama markaði og hvort þau beini vöru eða þjónustu að sama markhópi.
17. Iceland taxi hafi átt lénið icelandtaxi.com frá árinu 2002, þótt heitið sé ekki skráð hjá firmaskrá. Iceland taxi tours ehf. hafi skráð firmaheitið hjá firmaskrá árið 2013 og hafi átt skráð lénið icelandtaxitours.is frá sama ári. Þá notist félagið við orð- og myndmerki til auðkenningar á þjónustu sinni þótt það hafi ekki verið skráð hjá Einkaleyfastofunni. Neytendastofa telji að ofangreindu virtu að báðir aðilar hafi tilkall til auðkenna sinna og því komi 2. málsl. 15. gr. a laga nr. 57/2005 til álita í málinu. Báðir aðilar starfi við akstur leigubifreiða og vísi heiti og auðkenni beggja til þeirrar starfsemi. Neytendastofa telji heiti beggja aðila afar lýsandi fyrir starfsemi þeirra, þ.e. akstur leigubifreiða og ferðir í leigubifreið á Íslandi. Hljóðlíking með heitunum sé veruleg þar sem það eina sem greini heitin að sé orðið „tours“ sem bætt hafi verið aftan við heiti Iceland taxi. Myndmerki Iceland taxi séu orðin

„Iceland“ og „taxi“ rituð í hástöfum með bláu letri en „t“ í upphafi orðsins „taxi“ sé rautt og myndi nokkurs konar þak yfir seinni hluta orðsins. Fyrir framan orðin í merkinu sé mynd af rauðum hring með rauðum punkti inn í sem líkist dekki og frá hringnum liggi rauð lína undir orðunum „Iceland taxi“. Undir rauðu línunni standi í skáletruðu svörtu letri „comfort in transport“. Af gögnum málsins verði ráðið að Iceland taxi tours notist við tvö myndmerki. Annað þeirra samanstandi af orðum merkisins rituðu í hástöfum og gráu letri þar sem öll orðin séu í sömu stærð. Stafurinn „x“ í orðinu „taxi“ sé að hálfu leyti ritaður í bláu letri þannig að myndi nokkurs konar pílu sem sé nokkru stærri en annað letur í merkinu. Hitt myndmerki Iceland taxi tours sé ritað í sama stíl en þar sé orðið „Iceland“ ritað í smærra letri fyrir ofan orðið „taxi“ þannig að orðið sé fyrir framan píluna sem stafurinn „x“ myndi og orðið „tours“ sé ritað í jafnsmáu letri og „Iceland“, en það komi fram fyrir neðan orðið „taxi“ og sé fyrir framan píluna sem stafurinn „x“ myndi.

18. Neytendastofa telji enga líkingu með myndmerkjum aðila þrátt fyrir að þau innihaldi að hluta til sömu orðin. Að teknu tilliti til ofangreinds, þ.e. hversu ólík myndmerki aðilanna séu og því hve almenn og lýsandi heiti þeirra séu fyrir þá þjónustu sem fyrirtækin veiti, telji stofnunin að Iceland taxi geti ekki notið einkaréttar á heitinu. Þrátt fyrir að gögn málsins sýni að Iceland taxi hafi notast við heiti sitt töluvert lengur en Iceland taxi tours ehf. telji Neytendastofa því ekki ástæðu til þess að banna notkun félagsins á heitinu Iceland taxi tours, vörumerkinu eða léninu.

#### 19. RÖKSTUÐNINGUR KÆRANDA OG ATHUGASEMDIR NEYTENDASTOFU

20. Í kæru, dags. 11. desember 2014, er kærð sú ákvörðun Neytendastofu að ekki sé ástæða til aðgerða í málinu. Í kærunni er áréttað að kærandi hafi fengið skráð lénið icelandtaxi.com 11. apríl 2002 og að hann hafi notað það nafn síðan. Þá hafi kærandi átt lénið icelandtaxi.is frá árinu 2008 og ætli sér á næstunni að virkja þá síðu fyrir reksturinn. Öll þessi ár hafi viðskiptin aðallega verið fyrir ferðamenn og þá einkum akstur til og frá Keflavíkurflugvelli. Nafnið sé orðið verulega þekkt hjá ferðaskrifstofum og ferðamönnum þar sem starfsemin hafi aðallega verið í kringum Keflavíkurflugvöll með farþega til og frá vellinum sem og í styttri ferðir með erlenda ferðamenn á suður- og vesturlandi. Kærandi hafi fengið skráð orð- og myndmerkið Iceland taxi comfort in transport hjá Einkaleyfastofunni árið 2012.

21. Á árinu 2013 hafi verið stofnað einkahlutafélag með nafninu Iceland taxi tours ehf. Þjóði fyrirtækið upp á akstur með ferðamenn á helstu ferðamannastaði á suður- og vesturlandi sem og akstur til og frá Keflavíkurflugvelli. Iceland taxi tours ehf. eigi skráð firmaheiti hjá firmaskrá og hafi átt skráð lénið icelandtaxitours.is frá 2013. Þá notist félagið við orð- og myndmerki til auðkenningar þjónustu sinnar þótt þau hafi ekki verið skráð hjá Einkaleyfastofunni. Frá því að Iceland taxi tours hafi tekið til starfa hafi í ótalmörg skipti verið villst á fyrirtækjunum tveimur, sem leitt hafi til tjóns og óþæginda fyrir kæranda og hans rekstur. Þannig hafi til að mynda verið hringt í kæranda og spurt af hverju enginn á hans vegum sé kominn að sækja viðskiptavin, en þá hafi viðkomandi greinilega hringt í Iceland

taxi tours og óskað eftir þjónustu þess en síðan ruglast á fyrirtækinu og kæranda. Kærandi hafi tekið þá ákvörðun eftir einn eitt skiptið sem villst var á fyrirtækjunum að kvarta yfir notkun heitisins Iceland taxi tours til Neytendastofu og krefjast þess að notkun þess yrði bönnuð.

22. Í hinni kærðu ákvörðun sé að mati kæranda réttilega á því byggt að regla 2. másl. 15. gr. a laga nr. 57/2005 komi til álita í málinu. Kærandi sé hins vegar fullkomlega ósammála þeirri niðurstöðu að engin líking sé með myndmerkjum aðila sem og að kærandi geti ekki notið einkaréttar á heitinu Iceland taxi þar sem um almennt og lýsandi heiti sé að ræða fyrir þá þjónustu sem fyrirtækin veiti. Eins og rakið sé í athugasemdum kæranda til Neytendastofu og áfrýjunarnefndin hafi vísað til í úrskurðum sínum megi sé 2. másl. 15. gr. a laga nr. 57/2005 ætlað að veita fyrirtækjum, sem noti auðkenni í starfsemi sinni, sérstaka vernd gegn því að aðrir noti auðkenni, sem þeir eigi út af fyrir sig tilkall til, á þann hátt að villst verði á þessum tveimur auðkennum.
23. Í hinni kærðu ákvörðun sé komist að þeirri niðurstöðu að heiti beggja aðila sé afar lýsandi fyrir starfsemi þeirra. Kærandi geri sér grein fyrir að við túlkun á 2. másl. 15. gr. a laga nr. 57/2005 hafi það þýðingu hvort þau heiti eða lén sem um sé deilt hafi sérkenni. Reglan sé hins vegar ekki fortakslaus, sbr. t.d. dóm Hæstaréttar í máli nr. 538/2012, þar sem fram hafi komið að rétt geti verið að veita auðkenni vernd á grundvelli samkeppnissjónarmiða jafnvel þótt viðkomandi auðkenni sé almennt eða lýsandi fyrir viðkomandi þjónustu. Að mati kæranda beri að leggja áherslu á að þau auðkenni, sem deilt sé um, varði heiti tveggja fyrirtækja sem starfi á sama markaði og beini þjónustu sinni að nákvæmlega sama markhópi. Það sé því meira en ljóst að hætta sé á að neytendur rugli saman fyrirtækjunum eins og fjölmörg dæmi sanni.
24. Þá hafi fyrirsvarsmenn Iceland taxi tours ehf. mátt vita við stofnun félagsins að stofnunin leiddi til þess að viðskiptavinir, sem séu í flestum tilvikum erlendir ferðamenn, myndu villast á fyrirtækjunum. Sumir stofnendanna hafi m.a. unnið fyrir kæranda, auk þess sem faðir eins stofnandans, hluthafa og stjórnarmanns hafi einnig unnið fyrir kæranda. Huglæg afstaða aðila eigi að hafa áhrif við mat á því hvort notkun auðkennis feli í sér brot gegn fyrrgreindu ákvæði. Vísist um það til dóms Hæstaréttar, sem nefndur hafi verið að framan, en þar hafi m.a. legið fyrir að fyrirsvarsmenn annars hótelsins, sem deilt var um, hafi mátt vita að nafnabreyting á hótelinu myndi leiða til þess að viðskiptavinir villtust frekar á hótelinum tveimur.
25. Auk þess að eiga vörumerkið Iceland taxi comfort in transport og hafa notað heitið Iceland taxi hafi kærandi allt frá árinu 2002 auglýst reglulega í tímaritum á borð við Icelandic Times, Visitors Guide og á heimasíðunni randburg.is, svo dæmi séu nefnd. Á sama tíma og félagið Iceland taxi tours ehf. hafi verið stofnað hafi fjölmörg önnur fyrirtæki sprottið upp með sambærileg heiti og séu fyrirtækin því greinilega að notfæra sér viðskiptavild þá sem kærandi hafi aflað og það góða orðspor sem fari af fyrirtækinu. Þetta orðspor hafi nú beðið hnekki vegna ruglingshættunnar sem skapast hafi. Markmið 15. gr. a laga nr. 57/2005 sé ekki aðeins að veita fyrirtækjum vernd í innbyrðis samkeppni þeirra, heldur einnig að koma í veg fyrir að

villt verði um fyrir neytendum sem aftur geti dregið úr virkri samkeppni. Til þess sé að líta að markaðurinn fyrir rekstur leigubifreiða, sem nær eingöngu sinni akstri viðskiptavina til og frá Keflavíkurflugvelli, sé fremur lítill og afmarkaður. Auðkenni kæranda hafi verið notað í fullum rétti og njóti kærandi verndar fyrrgreinds ákvæðis. Þá sé ljóst að neytendur hafi ruglað auðkennunum saman.

26. Í hinni kærðu ákvörðun sé myndmerki aðila borið saman og komist að þeirri niðurstöðu að engin líking sé með þeim þrátt fyrir að þau innihaldi sömu orðin. Við vinnslu kærunnar hafi komið í ljós að Iceland taxi tours notist við fleiri en eitt myndmerki eða samtals sex. Í öllum tilvikum nema tveimur séu orð merkjanna rituð í hástöfum eins og hjá kæranda. Greinileg ruglingshætta sé með myndmerkjunum, en við það mat hljóti að þurfa að líta til heildaráhrifa merkjanna og þeirrar myndar sem sitji eftir í huga neytandans. Skipti máli í því sambandi sú staðreynd að Iceland taxi tours ehf. notist við fleiri en eitt orð- og myndmerki. Þannig verði að setja sig í spor neytandans, sem séu yfirleitt erlendir ferðamenn, sem notist oftast en ekki við leitarvél á netinu við leit að þessari þjónustu og sjái aðalhluta merkisins, Iceland taxi“ í fjölmörgum útgáfum. Viðbótarorðið „tours“ geti t.a.m. talist vera ígildi sérferðar sem kærandi auglýsi en ekki heiti á öðru fyrirtæki á sama markaði. Þetta feli í sér augljósan rugling. Kærandi bendi á að túlka verði allan vafa hinu eldra merki í hag og þá með hliðsjón af því að stofnendum Iceland taxi tours ehf. hafi verið kunnugt um heiti, vörumerki og lén kæranda þegar félagið var stofnað árið 2013. Að öðru leyti eru fyrri athugasemdir kæranda áréttáðar í kærinni.
27. Með bréfi, dags. 16. desember 2014, óskaði áfrýjunarnefnd neytendamála eftir afstöðu Neytendastofu til kærunnar. Neytendastofa svaraði með greinargerð, dags. 13. janúar 2015, þar sem þess er krafist að hin kærða ákvörðun verði staðfest með vísan til forsendna hennar. Í greinargerðinni kemur fram að stofnunin hafi framkvæmt heildstætt mat á auðkennum kæranda og Iceland taxi tours ehf. Þegar litið sé til þess mats á auðkennunum telji Neytendastofa ekki uppfyllt skilyrði til þess að unnt sé að banna notkun Iceland taxi tours ehf. á hinum almennu orðum sem um sé deilt. Þau myndmerki, sem kærandi vísi til í kæru, séu einnig ólík orð- og myndmerkjum kæranda og fáu stofnunin því ekki séð að merkin hafi þau áhrif á heildarmatið á ruglingshættu á milli félaganna að fella beri hina kærðu ákvörðun úr gildi.
28. Neytendastofa geti ekki fallist á að tilvitnuð sjónarmið í dómi Hæstaréttar nr. 538/2012 eigi við í máli þessu. Þannig verði t.a.m. að líta til þess að kærandi hafi notast við auðkenni sitt í 11 ár en firmaheitið, sem deilt hafi verið um í umræddum dómi, hafi verið í notkun í 24 ár þegar gagnaðili fékk vörumerki sitt skráð hjá Einkaleyfastofunni. Þá séu heiti aðila afar almenn og lýsandi fyrir starfsemi þeirra. Neytendastofa telji að matið á því hvort víkja skuli frá meginreglunni um sérkenni auðkenna sé afar atviksbundið og að ekkert sé fram komið í þessu máli sem kalli sérstaklega á að samkeppnissjónarmið vegi þyngra á metunum en grundvallarrökin fyrir því að takmarka vernd sérkennalausra auðkenna. Þá sé því hafnað að



huglæg sjónarmið eigi hér við, enda fjölmörg önnur félög og keppinautar kæranda sem noti áþekk heiti sem innihaldi bæði orðin „Iceland“ og „taxi“. Að því virtu geti Neytendastofa ekki séð að sýnt hafi verið fram á að huglæg afstaða Iceland taxi tours ehf. hafi sérstaklega lotið að því að valda ruglingi við kæranda.

29. Með bréfi áfrýjunarnefndar neytendamála til kæranda, dags. 24. janúar 2015, var kæranda send greinargerð Neytendastofu og óskað eftir afstöðu hans til hennar. Svar barst með bréfi, dags. 3. febrúar 2015. Þar er tekið fram að Neytendastofu hafi borið að meta hvort hætt væri við að villst yrði á merkjunum, þótt ólík séu í einstökum atriðum. Þá sé ljóst að félagið Iceland taxi tours ehf. noti mismunandi myndmerki fyrir þá þjónustu sem félagið veiti, sem að mati kæranda skapi enn meiri ruglingshættu. Neytendastofu hafi borið að setja sig í spor þess hóps sem komi til með að kaupa viðkomandi þjónustu. Verkefnið hafi því átt að vera allt annað en það, að meta eingöngu mismuninn á útliti merkjanna hlið við hlið. Þegar merkin séu borin saman standi væntanlegur kaupandi yfirleitt aðeins augliti til auglitis við annað tveggja merkja sem verið sé að bera saman. Megi því ráða að það sé oftast aðaltákn merkisins, sem venjulega sé að finna í hinu ritaða tákni merkisins, sem standi eftir eða í þessu tilfelli „Iceland taxi“.
30. Kærandi telji jafnframt að líta beri til þess að óbein ruglingshætta hljóti að skapast þar sem neytendur myndi klárlega tengingu milli eigenda merkjanna, enda óteljandi skiptin þar sem haft hafi verið samband við kæranda þegar viðkomandi ætlaði að eiga viðskipti við Iceland taxi tours of öfugt. Virðist neytendur oftast en ekki telja að um sama fyrirtæki sé að ræða eða að samstarf sé á milli félaganna. Fyrrgreindur dómur Hæstaréttar sé mikilvægt fordæmi og kærandi sé ósammála þeirri túlkun Neytendastofu að þau sjónarmið, sem þar komi fram, eigi ekki við í þessu máli. Dómurinn verði ekki túlkaður á annan veg en þann að viðurkennt sé að veik auðkenni geti notið verndar á afmörkuðu svæði þar sem markaður sé lítill ef ruglingshætta sé fyrir hendi og samkeppnissjónarmið leiði til þess að eldra auðkennið sé verndað þrátt fyrir að það skorti sérkenni. Að mati kæranda skipti það ekki máli þó stefndi í tilvitnuðu máli hafi notast við heiti sitt í lengri tíma en kærandi í máli þessu.
31. Að mati kæranda veiti Neytendastofa samkeppnissjónarmiðum of lítið vægi í málinu, enda sé notkunin sem um ræði ótvírætt til þess fallin að hafa áhrif á kæranda og hans rekstur. Hér sé um að ræða hreina og klára keppinauta sem veiti sömu þjónustu og á sama markaði. Þjónustulíkingin sé því alger. Varðandi huglæga afstöðu fyrirsvarsmanna Iceland taxi tours árétti kærandi fyrri afstöðu sína. Mál þetta taki einungis til umrædds fyrirtækis en ekki annarra keppinauta sem notist við sömu orð til auðkenningar á rekstri sínum. Hér skipti mestu máli sú staðreynd að um sé að ræða fyrirtæki í samkeppni og að kærandi hafi skapað sér góða stöðu á þessum tiltekna markaði. Hann eigi ekki að þurfa að setta sig við að nýtt fyrirtæki komi inn á sama markað og nýti sér viðskiptavild þess sem fyrr var.
32. Með bréfi áfrýjunarnefndar neytendamála til Iceland taxi tours ehf., dags. 5. febrúar 2015, var félaginu kynnt fram komin kæra og óskað eftir afstöðu þess til hennar. Svar barst með bréfi

lögmanns félagsins, dags. 26. febrúar 2015. Þar kemur fram að kærandi hafi engin gögn lagt fram sem sýnt geti að nafnið Iceland taxi sé verulega þekkt hjá ferðaskrifstofum og ferðamönnum, auk þess sem hann hafi engin gögn lagt fram sem sýni fram á að viðskiptavinir hafi ruglast á félögunum tveimur. Kærandi hafi í reynd staðfest sjálfur að orðin Iceland taxi séu of almenn og lýsandi til þess að njóta verndar, enda komi fram í kærinni að þetta séu þau orð sem neytendur noti til þess að leita að slíkri þjónustu án þess að vera endilega að leita að sérstöku fyrirtæki. Það sé fásinna að eitt fyrirtæki geti fengið vernd á notkun orðmyndunar sem almennir neytendur noti til að lýsa ákveðinni þjónustu sem sé í höndum margra aðila.

33. Þá veki það athygli að kærandi kvarti eingöngu yfir notkun Iceland taxi tours ehf. á umræddu heiti en ekki öðrum keppinautum sem noti sama auðkenni. Kærandi hefði með réttu átt að beina kvörtun sinni að þeim öllum ef tilgangurinn væri í reynd að fá fyrirtæki til þess að hætta notkun heitisins. Orðnotkunin Iceland taxi sé einfaldlega of lýsandi og almenn til þess að njóta verndar. Þá séu myndmerki aðilanna það ólík að engin ruglingshætta sé til staðar. Kærandi hafi ekki sýnt fram á að hans auðkenni sé orðið þekkt hér á landi, enda hlytu viðskiptavinir hans annars að þekkja merki félagsins og leita sérstaklega eftir því. Þá verði að teljast verulega ólíklegt að starfsmenn ferðaskrifstofa geti ómögulega þekkt í sundur fyrirtæki sem þeir hafi áður verslað við með góðum árangri og öðrum fyrirtækjum á sama markaði, einungis vegna þess að fyrirtækin noti orðamyndun sem sé lýsandi fyrir þá þjónustu sem veitt sé.
34. Með bréfi áfrýjunarnefndar neytendamála til kæranda, dags. 2. mars 2015, var kæranda gefinn kostur á að tjá sig um framangreint bréf Iceland taxi tours ehf. Svar barst með bréfi, dags. 13. mars 2014. Þar er tekið fram að samkvæmt ákvörðun samkeppnisráðs frá 3. desember 2004 í máli nr. 26/2004 og ákvörðun Neytendastofu 8. nóvember 2005 í máli nr. 1/2005 geti ruglingshætta verið til staðar án þess að gögn séu lögð fram um það. Þá sé um þetta vísað til úrskurðar áfrýjunarnefndar neytendamála 14. janúar 2014 (1/2013), þar sem fyrir hafi legið að margir viðskiptavinir höfðu ætlað að ná í kæranda málsins en í staðinn hringt í samkeppnisaðila. Eins og við eigi í þessu máli hafi þar verið litið til þess að máli skipti hvort viðkomandi fyrirtæki störfuðu á sama markaði og hvort þau beindu vöru eða þjónustu að sama markhópi. Megi einnig vísa til úrskurðar nefndarinnar 24. mars 2011 í máli nr. 18/2010, þar sem talið hafi verið að ruglingshætta væri til staðar, enda hafi þjónusta aðila beinst að sama markhópi.
35. Af þessu sé ljóst að minna þurfi að koma til svo að slá megí föstu að slík líkindi séu með auðkennum aðila að ruglingshættu valdi. Notkun auðkenna aðila sé að mati kæranda þess eðlis að hinn almenni neytandi greini illa á milli fyrirtækjanna og hafi aðilum verið það ljóst. Þá árétti kærandi að af fyrrgreindum dómi Hæstaréttar nr. 538/2012 verði ráðið að það skipti ekki máli hvort auðkenni sé almennt og lýsandi. Það sem máli skipti sé að kærandi hafi starfað frá árinu 2002 og um sé að ræða mjög afmarkaðan markað þar sem aðilar veiti þjónustu sína.

36. Með bréfi áfrýjunarnefndar neytendamála til Iceland taxi tours ehf., dags. 8. apríl 2015, var félaginu boðið að koma að athugasemdum sínum við síðastgreint bréf kæranda og frestur veittur í því skyni til 23. sama mánaðar. Ekkert svar barst frá félaginu og var málið því tekið til úrskurðar.

## **NIÐURSTAÐA**

37. Í máli þessu er deilt um þá niðurstöðu Neytendastofu að ekki sé ástæða til aðgerða vegna notkunar Iceland taxi tours ehf. á heitinu Iceland taxi. Af hálfu kæranda er þess krafist að lagt verði fyrir félagið, með vísan til 5. og 15. gr. a laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, að hætta notkun umrædds heitis.

38. Í upphafi er rétt að taka fram að mál þetta snýst eingöngu um það hvort notkun Iceland taxi tours ehf. brjóti gegn 15. gr. laga nr. 57/2005, og eftir atvikum gegn öðrum ákvæðum sömu laga, með þeim afleiðingum að leggja verði bann við háttseminni. Málið snýst hins vegar ekki um túlkun og beitingu einstakra ákvæða laga um vörumerki nr. 45/1997, enda fer Einkaleyfastofan með stjórnvaldshlutverkið samkvæmt þeim lögum og hvorki Neytendastofu né áfrýjunarnefndar neytendamála að skera úr um ætluð brot gegn þeim. Þrátt fyrir að grunnsjónarmið í vörumerkjarétti kunni vissulega að hafa áhrif við túlkun 15. gr. a laga n. 57/2005, sbr. m.a. það sem síðar greinir, er um að ræða sitthvor lögin sem falla undir sitthvort stjórnvaldið. Vísast um þetta m.a. til úrskurðar áfrýjunarnefndar neytendamála 5. mars 2010 (12/2009), 31. október 2012 (12/2012) og 24. mars 2015 (19/2014).

39. Ákvæði 5. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu felur í sér almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum. Þar kemur fram að í III.-V. kafla laganna sé nánar tilgreint hvað teljist óréttmætir viðskiptahættir og er ákvæði 15. gr. a, sem hin kærða ákvörðun er einkum byggð á, að finna í V. kafla laganna. Ákvæðið má rekja allt aftur til laga um varnir gegn óréttmætum verzlunarháttum nr. 84/1933, en nógildandi ákvæði er nánast orðrétt samhljóða 9. gr. laga nr. 84/1933. Af greinargerð með frumvarpi til þeirra laga verður ráðið að ákvæðinu hafi verið ætlað að vera til fyllingar 10. gr. laga um verslanaskrár, firmu og prókúrumboð nr. 42/1903, þar sem m.a. kemur fram að firmu skuli greina glögg hvort frá öðru og lagt bann við því að menn stæli skrásett firmu. Ákvæðið var því næst tekið upp í 30. gr. laga um verðlag, samkeppnishömlur og óréttmæta viðskiptahætti nr. 56/1978 og þess getið í athugasemdum með frumvarpi til þeirra laga að vernd auðkenna samkvæmt firma- og vörumerkjälöggjöf næði ekki alltaf nógu langt. Því væri þörf á þeirri viðbótarvernd sem ákvæðinu væri ætlað að veita. Sama viðhorf kom fram við setningu samkeppnislaga nr. 8/1993, en ákvæðið var að finna í 25. gr. þeirra. Af þessu leiðir að 15. gr. a laga nr. 57/2005 getur falið í sér ríkari vernd en leiðir af sérlögum með hliðsjón af samkeppnisjónarmiðum.

40. Í 15. gr. a laga nr. 57/2005 er um tvennskönar reglur að ræða – annars vegar bann við því að nota auðkenni sem viðkomandi hefur ekki rétt til, sbr. 1. málsl. ákvæðisins, en hins vegar bann við því að nota eigin auðkenni þannig að ruglingshætta skapist við einkenni annarra, sbr. 2. málsl. Í hinni kærðu ákvörðun var réttilega á því byggt að báðir aðilarnir ættu tilkall til auðkenna sinna og því réðist niðurstaða málsins af 2. málsl. greinarinnar, en fyrir liggur að Iceland taxi tours ehf. notaði ekki vörumerki kæranda sem slíkt heldur auðkenni sem samanstendur m.a. af hluta vörumerkisins.
41. Við mat á því hvort brotið hafi verið gegn 2. málsl. 15. gr. a hafa eftirlitsstjórnvöld um margt litið til svipaðra sjónarmiða og í vörumerkjarétti. Meðal þeirra grunnsjónarmiða sem framkvæmdin ber með sér er að við mat á því hvort brotið hefur verið gegn ákvæðinu hefur m.a. þýðingu hvort þau auðkenni sem um er deilt hafi sérkenni sem greini þau frá öðrum. Ef auðkenni er einungis lýsandi fyrir þá þjónustu eða vörur sem viðkomandi hefur á boðstólum, en hefur ekki einhver tiltekin sérkenni til aðgreiningar frá öðrum, hefur viðkomandi ekki verið talinn njóta verndar gegn því að annar aðili taki upp áþekk auðkenni til kynningar á starfsemi sinni. Um þetta má m.a. vísa til úrskurðar áfrýjunarnefndar neytendamála 14. janúar 2014 (1/2013) og úrskurðar áfrýjunarnefndar neytendamála 24. mars 2011 (1/2011). Á hinn bóginn kann að vera rétt að slaka á kröfunum til sérgreiningar auðkenna sem hafa fest sig verulega í sessi á viðkomandi markaði og teljast almennt þekkt. Þannig er ekki útilokað að orð og orðasambönd, sem öllu jöfnu teldust almenn og lýsandi fyrir viðkomandi starfsemi, teljist nægilega sérgreind með vísan til langrar notkunar og markaðsfestu.
42. Það auðkenni sem um er deilt í máli þessu felur í sér orð sem eru afar almenn og lýsandi, þ.e. Iceland og taxi, enda lýsa þau þeirri starfsemi sem kærandi og Iceland taxi tours ehf. stunda, líkt og lýst er í hinni kærðu ákvörðun, auk þess sem hluti orðasambandsins vísar til staðsetningar þjónustunnar. Að mati áfrýjunarnefndar neytendamála skortir því með öllu á að orðin hafi nægileg sérkenni í framangreindum skilningi til þess að njóta verndar 2. másl. 15. gr. a laga nr. 57/2005. Þá verður ekki séð að atvik í máli þessu séu með þeim hætti að víkja beri frá fyrrgreindri grunnreglu, um að takmarka beri vernd auðkenna sem skorti sérkenni, með vísan til þess að auðkenni kæranda hafi náð sérstakri markaðsfestu og að samkeppnissjónarmið leiði til annarrar niðurstöðu.
43. Vegna tilvísunar kæranda til dóms Hæstaréttar Íslands 28. febrúar 2013 í máli nr. 538/2012 skal tekið fram að af þeim dómi verður ekki ráðið að krafan um sérkenni auðkenna eigi ekki við um 2. másl. 15. gr. a laga nr. 57/2005. Af dóminum verður hins vegar ráðið, að mati nefndarinnar, að rétt kunní að vera í ákveðnum tilvikum að slaka á kröfunum þar að lútandi með vísan til þess að auðkenni hafi, t.d. vegna langrar notkunar, öðlast markaðsfestu á viðkomandi markaði og að sérstök samkeppnissjónarmið kunní að geta leitt til þess að rétt sé að vernda auðkenni sem annars félli utan gildissviðs fyrrgreinds ákvæðis.
44. Loks skal á það bent að ef sú túlkun kæranda, að meginreglan um sérkenni auðkenna eigi ekki við um 2. másl. 15. gr. a laga nr. 57/2005, yrði lögð til grundvallar er ljóst að vernd sú, sem

vörumerkjälögum nr. 45/1997 er ætlað að tryggja og kemur m.a. fram í umræddri meginreglu, yrði þá að engu höfð, enda gætu aðilar, sem ekki gætu sótt rétt sinn á grundvelli þeirra laga þar sem viðkomandi auðkenni væru of almenn og lýsandi, í staðinn alltaf byggt á 2. másl. 15. gr. a og komist þannig framhá meginreglunni um sérkenni auðkenna. Þrátt fyrir að af ákvæðinu leiði sérstök vernd á grundvelli samkeppnissjónarmiða, sem geti í vissum tilvikum veitt vernd umfram þásem vörumerkjälögin bjóða, verður að mati áfrýjunarnefndarinnar ekki ráðið að sú hafi verið ætlun löggjafans með setningu ákvæðisins. Þá er ljóst að hagsmunir neytenda felast ekki í því að einn keppinatur hafi einkarétt til að nota almenn orð í auðkennum sínum, og eigna sér þannig lýsandi orð fyrir viðkomandi vöru eða þjónustu, og fyrirtæki sem vilja tryggja vernd sína með tilliti til 2. másl. 15. gr. a eiga þess kost að velja auðkennum sínum orð sem uppfylla framangreinda kröfu um sérkenni, sbr. m.a. úrskurð áfrýjunarnefndar neytendamála 24. mars 2011 (1/2011).

45. Samkvæmt framansögðu ber að staðfesta hina kærðu ákvörðun.

### **ÚRSKURÐARORÐ:**

Hin kærða ákvörðun er staðfest.

Hildur Dungal

Egill Heiðar Gíslason

Halldóra Þorsteinsdóttir