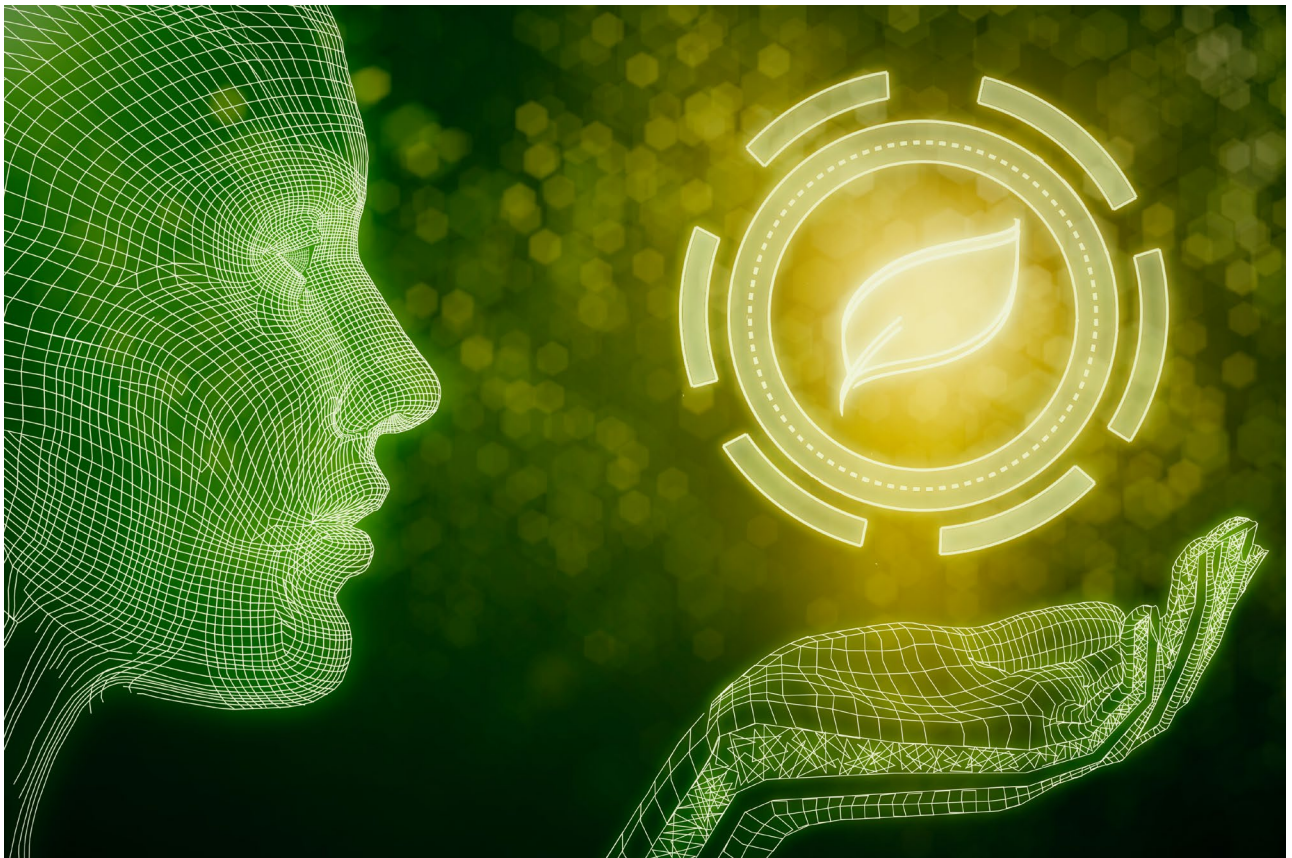


Gröna EU-varumärken

Analys av specifikationer av varor och tjänster, 1996–2020

Sammanfattning



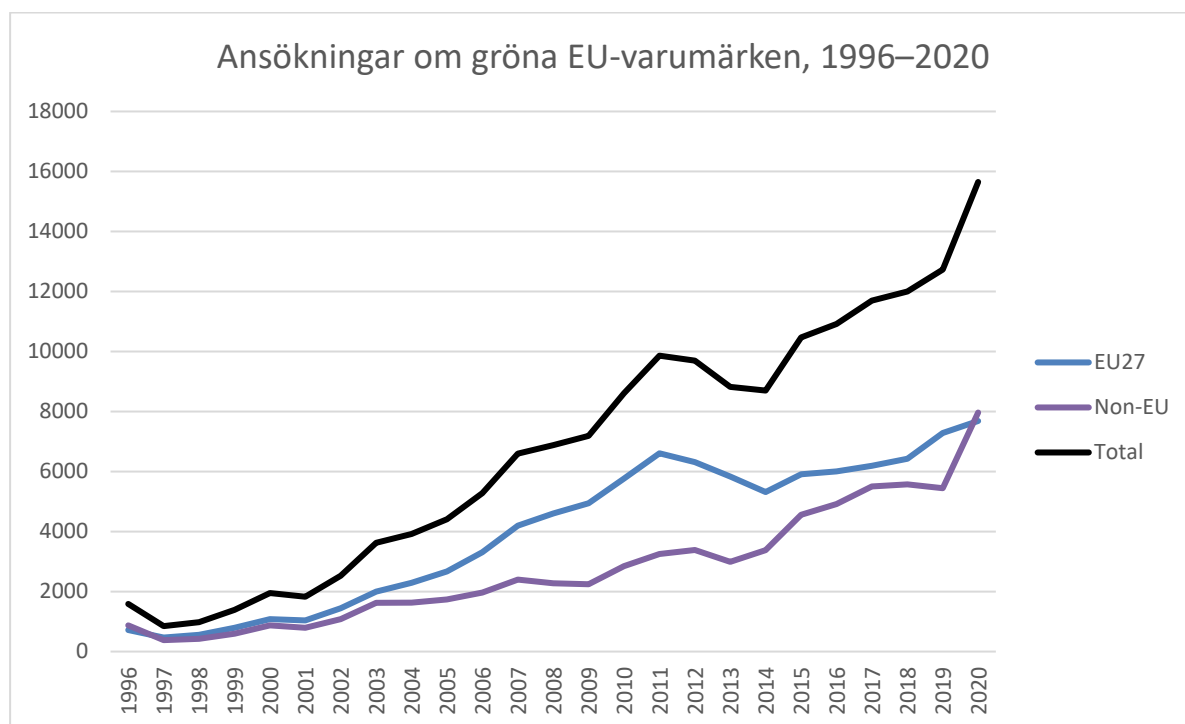
Sammanfattning

I den här studien analyseras beskrivningarna av varorna och tjänsterna i de 2 miljoner EU-varumärkesansökningar som lämnats in till EUIPO sedan myndigheten inledde sin verksamhet 1996. Analysen avser förekomsten av termer som kan sägas ha samband med miljöskydd och hållbarhet. Exempel på sådana termer är uttryck som ”solceller”, ”solvärme”, ”vindkraft” och ”återvinning”. Med EUIPO:s harmoniserade databas¹ som källa har omkring 900 sådana termer identifierats som ”gröna”. Dessa termer har i sin tur klassificerats i 35 kategorier som delats in i ytterligare 9 grupper.

En algoritm för sökning bland de över 65 miljoner termer som finns i de EU-varumärkesansökningar som lämnats in under åren har utvecklats för att identifiera ansökningar som innehåller minst en ”grön” term². Syftet har varit att undersöka om allmänhetens och beslutsfattarnas växande oro över klimatförändringar och miljöförstöring återspeglas i EU-varumärkesansökningarna.

Det viktigaste resultatet av undersökningen är att det stämmer att EU-varumärkesansökningarna till EUIPO speglar ett ökande intresse för hållbarhet. Som framgår av diagrammen nedan har det absoluta antalet gröna EU-varumärken ökat markant sedan 1996, liksom andelen gröna EU-varumärken, även om denna andel har varierat mellan 10 och 12 procent under det senaste årtiondet.

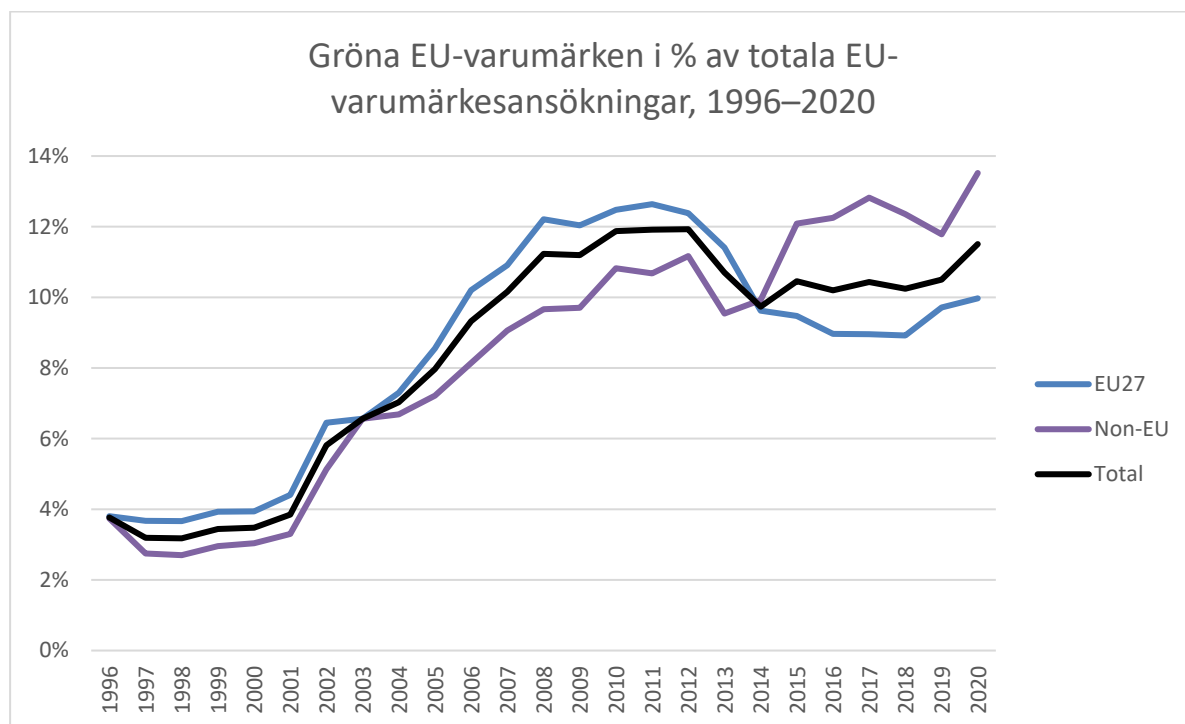
Figur 1. Ansökningar om gröna EU-varumärken 1996–2020



¹ Den harmoniserade databasen innehåller omkring 85 000 termer för varor och tjänster och är tillgänglig för dem som ansöker om EU-varumärken. Dessa termer har översatts till alla EU-språk och har redan godkänts av alla immaterialrättsmyndigheter i EU och även i vissa tredjeländer.

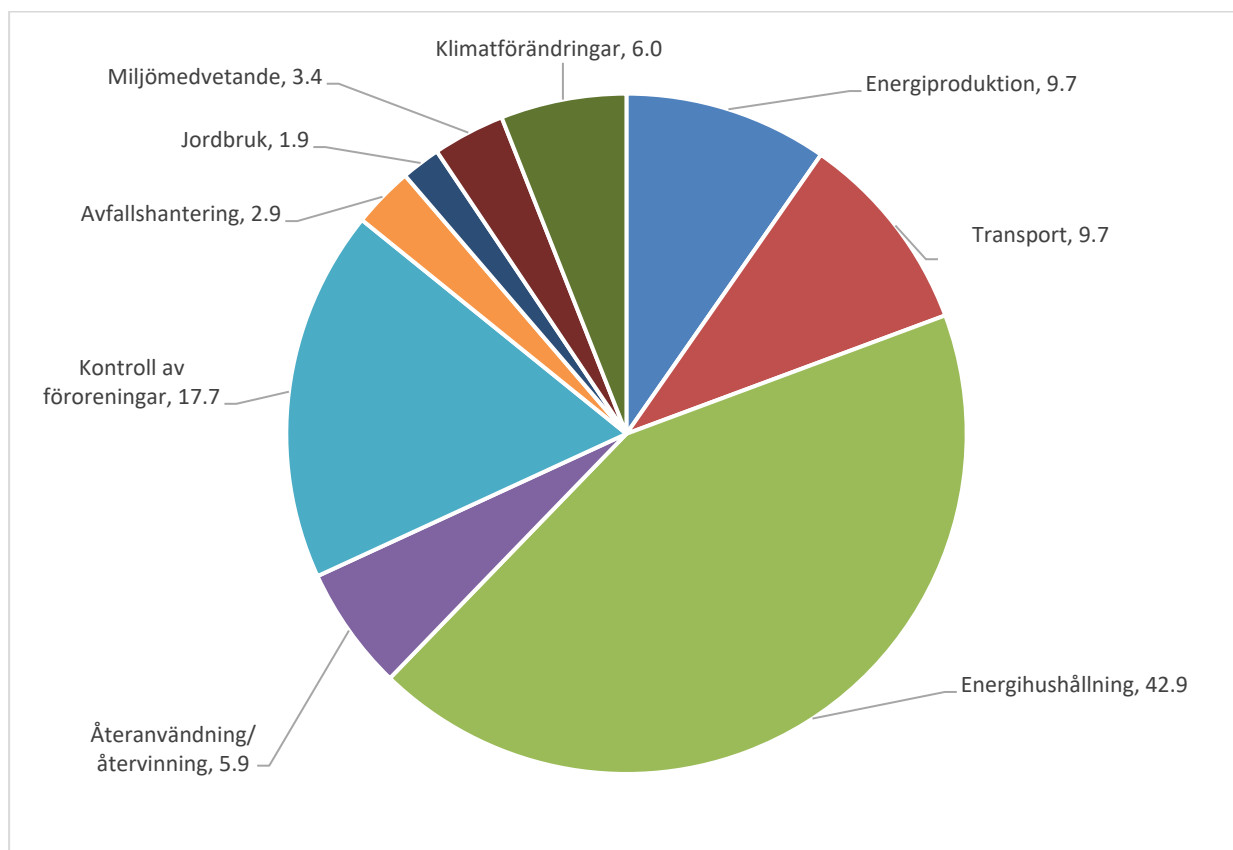
² Sådana EU-varumärken benämns som ”gröna varumärken” i denna rapport.

Figur 2. Ansökningar om gröna EU-varumärken som andel av alla EU-varumärkesansökningar, 1996–2020



En annan trend som framgår av diagrammet är den ökande mängden ansökningar om gröna EU-varumärken som kommer från länder utanför EU. Detta speglar det faktum att kinesiska företag lämnar in allt fler sådana ansökningar. Andra länder utanför EU med många gröna EU-varumärken är Sydkorea, Schweiz, Storbritannien och USA. De EU-medlemsstater som lämnar in flest ansökningar om gröna EU-varumärken är Tyskland, Spanien, Frankrike, Italien och Nederländerna.

Figur 3. Gröna EU-varumärken per produktgrupp, 2015–2020



Figur 3 visar fördelningen av ansökningar om gröna EU-varumärken under den senaste femårsperioden bland nio huvudsakliga produktgrupper. De dominerande produktgrupperna är energihushållning och energiproduktion, som tillsammans står för över 52 procent av ansökningarna om gröna EU-varumärken, följda av kontroll av föroreningar, som motsvarar 18 procent av ansökningarna, och transport (nära 10 procent).

Ett annat intressant resultat är att små och medelstora företag (SMF) är aktiva på området för gröna EU-varumärken, vilket tabell 1 visar.

Tabell 1. Gröna EU-varumärken uppdelade efter sökandens storlek, 2015–2020

Företags storlek	Gröna varumärken	Totalt varumärken	Gröna	Paket med patent
Stora	8 571	67 754	12,7 %	36,3 %
SMF	11 554	118 860	9,7 %	7,8 %
medelstora	4 261	43 821	9,7 %	11,7 %
små	4 031	38 759	10,4 %	6,8 %
mikroföretag	3 262	36 280	9,0 %	4,2 %

Nära 13 procent av ansökningarna från storföretagen i detta urval avser gröna EU-varumärken. Denna andel är något lägre för små och medelstora företag, men till och med för de minsta företagen i denna grupp är andelen gröna EU-varumärken 9 procent. Som framgår av den sista kolumnen är storföretag mycket mer aktiva än små och medelstora företag när det gäller patentverksamhet, men tabellen visar att SMF fortfarande spelar en betydande roll när det gäller att få ut miljömässigt relevanta varor och tjänster på EU-marknaden.