



# PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 21 november 2013

## **Klagande**

Stockholms läns landsting

Box 22550, 104 22 Stockholm

Ombud: Jur.kand. Marcus Ateva och Sandra Karlsson

Advokatfirman MarLaw AB

Box 3079, 103 61 Stockholm

## **SAKEN**

Registrering av varumärket VÅRDGUIDEN

## **ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE**

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 23 april 2013

angående varumärkesansökan nr 12-09012, se bilaga 1

## **DOMSLUT**

Patentbesvärsrätten avslår överklagandet.

EE

---

Postadress	Besöksadress	Telefon	Fax	Org.nr
Box 24160	Karlavägen 108	08-450 39 00	08-783 76 37	202100-3971
104 51 Stockholm				

**YRKANDEN M.M.**

Stockholms läns landsting (Landstinget) har vidhållit ansökningen.

Till grund för sin talan har Landstinget hållit fast vid att varumärket VÅRDGUIDEN i sig har för registrering erforderlig särskiljningsförmåga för de varor och tjänster i klasserna 9, 35, 41 och 44 som ansökningen omfattar och att det i vart fall genom användning förvärvat sådan förmåga.

Landstinget har till utveckling av talan anfört bl.a. följande.

PRV har i sitt avslagsbeslut anfört att VÅRDGUIDEN varken har ursprunglig eller förvärvad särskiljningsförmåga. Landstinget har till stöd för att märket under 12 år inarbetats givit in material i form av bl.a. tidningsartiklar och utskrifter från webbplatser och exempel på vårdkampanjer med anknytning till VÅRDGUIDEN. Dessutom har Landstinget givit in en marknadsundersökning som visar stor nationell kännedom om VÅRDGUIDEN. PRV har inte angivit skäl till varför det av utredningen inte framgår att en betydande del av hela omsättningskretsen uppfattar märket som ett kännetecken. PRV har inte heller givit några skäl till varför verket anser att det finns brister i hur undersökningen utförts eller varför utredningen i sin helhet inte visar att märket förvärvat särskiljningsförmåga.

PRV bedömde initialt att det inte förelåg hinder mot ett flertal varor och tjänster som omfattades av ansökningen. Med anledning av detta delades ansökan och märket registrerades för de varor och tjänster som accepterades av PRV. Någon invändning kom inte mot denna registrering. Detta är en tydlig indikation på att det inte föreligger något frihållningsbehov för VÅRDGUIDEN. Flertalet av de varor och tjänster som PRV accepterade är av liknande art som de tjänster som PRV anser att det föreligger hinder mot beträffande ifrågavarande ansökan. Exempelvis har ”medicinsk vård och medicinska vårdtjänster” i klass 44 godtagits men inte ”tjänster för medicinsk vårdinformation” i samma klass. PRV har således varit inkonsekvent i sin bedömning. Det faktum att VÅRDGUIDEN bl.a. är en tjänst för vådrådgivning via telefon och som även finns tillgänglig via Internet torde ha påverkat den bedömning PRV gjort av märkets

särskiljningsförmåga. PRV har sannolikt pga. den starka inarbetning som föreligger när det gäller VÅRDGUIDEN fyllt kännetecknet med detta innehåll och i anledning av detta ansett märket beskrivande. Ett sådant förhållningssätt är inte förenligt med gällande lagstiftning eller praxis och brister dessutom vad gäller konsekvens och förutsebarhet. Det är vidare Landstingets inställning att märket de facto förvärvat särskiljningsförmåga på ett nationellt plan och inte endast i Stockholmsområdet. Vid denna bedömning saknar det betydelse var Landstinget är primärt verksamt.

Varumärket VÅRDGUIDEN och de varor och tjänster som avses nås av mottagare i hela Sverige genom diverse olika kanaler. Till PRV ingiven besöksstatistik från Vårdguiden.se visar att mer än hälften, 54 % av besökarna, kommer från andra delar av Sverige än Stockholm. Av det totala antalet följare till den Facebooksida som gäller VÅRDGUIDEN så kommer övervägande delen, 52 %, från andra län än Stockholms län. Av inarbetningsmaterialet framgår att VÅRDGUIDEN är inarbetat i en betydande del av omsättningskretsen, närmare bestämt 61 %.

Tillägget ”inom en betydande del av omsättningskretsen” i 1 kap. 7 § andra stycket varumärkeslagen är en liberalisering i förhållande till vad som gällde före den 1 januari 1995. Enligt doktrinen bör gränsen numera anses ligga vid en tredjedel av de som ingår i omsättningskretsen mot tidigare hälften av denna. Det kan tilläggas att det bor drygt 2,1 miljoner invånare i Stockholm att jämföra med den totala befolkningmängden i Sverige om drygt 9,5 miljoner invånare. Att andelen av omsättningskretsen som känner till VÅRDGUIDEN i Stockholm i förhållande till övriga orter i landet är således naturligt oaktat att Landstinget är baserat i Stockholm. VÅRDGUIDEN är känt inom 61 % av omsättningskretsen med en geografisk fördelning över hela landet vilket innebär att närmare två tredjedelar av omsättningskretsen känner till varumärket.

Landstinget har i Patentbesvärsträtten, utöver det material som gavs in till PRV, åberopat följande bevisning: SVR Kvalitetsmätning 2010 utförd av Synovate Ltd., Rapport Vårdguiden 2011 utförd av Quattroporte, Stockholms läns landsting, Vårdguiden tidning 2:11 utförd 2011 av Nordiska Undersökningsgruppen samt resultatet av webbenkäten Besöksupplevelse på Vårdguiden.se utförd år 2011.

## DOMSKÄL

Patentbesvärslätten instämmer i PRV:s bedömning att det sökta varumärket VÅRDGUIDEN är beskrivande för de varor och tjänster med anknytning till medicinsk rådgivning i klasserna 9, 35, 41 och 44 som omfattas av ansökningen och det saknar därmed i sig särskiljningsförmåga för dessa.

För att ett varumärke ska anses ha förvärvat särskiljningsförmåga genom användning krävs att en betydande del av omsättningskretsen – vilken i detta fall består av genomsnittskonsumenter i hela landet – med hjälp av varumärket kan ange att varorna eller tjänsterna kommer från ett visst företag och det således har blivit möjligt att skilja dessa från andra företags varor och tjänster. Med detta avses inte att de berörda personerna behöver kunna ange namnet på företaget utan att de ska uppfatta märket som en uppgift om varans eller tjänstens kommersiella ursprung.

Prövningen av denna fråga, som ska utmynna i svaret om huruvida en tillräckligt stor del av omsättningskretsen tack vare kännetecknet kan ange att varan eller tjänsten kommer från ett visst företag, ska göras genom en helhetsbedömning där hänsyn kan tas olika omständigheter som t.ex. till varans eller tjänstens marknadsandel, hur ofta, hur länge och inom hur stort geografiskt område varumärket har använts och hur stora investeringar som har gjorts vid marknadsföring med märket. Marknads- och opinionsundersökningar samt utlåtanden från industri- och handelskamrar används ofta för att belysa frågorna.

Såsom PRV anfört har, enligt vad som framgått av utredningen, beteckningen VÅRDGUIDEN använts under tämligen lång tid och i omfattande utsträckning främst i Stockholmsområdet. Dessa omständigheter, dvs. användningens omfattning och utbredning i tid och rum, utgör emellertid inte ett tillräckligt underlag för slutsatsen att det sökta märket i en betydande del av omsättningskretsen kommit att uppfattas som en uppgift om varornas och tjänsternas kommersiella ursprung.

Inte någon av de åberopade undersökningarna har haft till syfte att utreda frågan om beteckningen VÅRDGUIDEN i omsättningskretsen kunde uppfattas som en uppgift om varans eller tjänstens kommersiella ursprung. Frågorna som har ställts till respondenterna är inte heller utformade så att svaren eller en sammanställning av dessa kan läggas till grund för bedömningen av om beteckningen uppfattas på sådant sätt. Vidare är urvalet av respondenterna inte representativt för hela omsättningskretsen vare sig vad gäller val av personer eller geografisk utsträckning.

Vid en helhetsbedömning finner Patentbesvärslätten att Landstinget inte har visat att beteckningen VÅRDGUIDEN genom den användning som ägt rum har förvärvat för registrering erforderlig särskiljningsförmåga. Överklagandet kan därför inte bifallas.

**ANVISNING FÖR ÖVERKLAGANDE**, se bilaga 2 (Formulär B)

---

I avgörandet har deltagit patenträttsråden Peter Strömberg, ordförande, och Jeanette Bäckvall, referent, samt adjungerade ledamoten Felisa Krzyzanski. Enhälligt.