

Invändningsärende nr 2006/0011/0001

Registrering nr 377385

**INVÄNDARE**

Medical Link 3W AB  
Ystadsvägen 115  
121 51 Johanneshov

**INNEHAVARE**

E-Health Sweden AB  
Riddargatan 70  
114 57 Stockholm

Exp. Patent- och registreringsverket

**2007 -10- 17**

**OMBUD**

Sandart & Partners Advokatbyrå  
Engelbrektsgatan 7  
114 32 Stockholm

**BESLUT**

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår invändningen med ovanstående nummer med stöd av 21 § andra stycket varumärkeslagen (1960:644).

**ÄRENDET**

Ärendet avser invändning mot varumärket PRIMAVIVA, med registreringsnummer 377385, registrerat för naturläkemedel, i klass 5, icke medicinska dietiska livsmedel, i klass 29, träningstjänster relaterade till hälsa och säkerhet; utbildning relaterad till hälsa; publicering/utgivning av datamedia, i klass 41, samt konsultationstjänster relaterade till hälsa och säkerhet; rådgivningstjänster relaterade till hälsa; sjukvård, i klass 44.

Invändaren

Invändaren yrkar att innehavarens registrering upphävs och gör, som det får förstås, gällande att märket är förväxlingsbart med deras inarbetade varumärke PRIMAVI, i figur återgivet nedan, samt att innehavaren registrerat sitt varumärke i ond tro.



Det av invändaren åberopade märket.  
Märket utföres i blå färg.

Till stöd härför anför invändaren i huvudsak följande. Invändaren bedriver sedan 1999 en Internetsida med namnet [www.primavi.se](http://www.primavi.se). Internetsidan innehåller hälsoinformation och riktar sig till allmänheten i Sverige. Sidorna besöks årligen av över en miljon läsare och är Sveriges största privata informationskälla för hälsoinformation på Internet. PRIMAVI fanns

mellan åren 1999-2002 översatt till 10 språk och riktade sig då till läsare över hela världen. Logotypen har använts sedan starten 1999. Invändaren lämnade in en varumärkesansökan om varumärkesskydd för märket PRIMAVI den 12 december 2005. Innehavaren har registrerat varumärket PRIMAVIVA och domännamnet [www.primaviva.se](http://www.primaviva.se). [Primaviva.se](http://Primaviva.se) är en hälsosida på Internet som startade i november 2005 och är en direkt konkurrent till PRIMAVI när det gäller kunder i form av annonsörer/reklamköpare och läsare av hälsoinformation. PRIMAVI är väl känt i företagsledningen för E-Health Sweden AB och så sent som i juni 2005 besökte deras VD invändarens huvudkontor. Invändaren anför vidare att syftet för innehavaren med att välja namnet PRIMAVIVA för sin verksamhet torde vara att vilseleda allmänheten med att likna det välrenommerade och inarbetade namnet PRIMAVI.

### Innehavaren

Innehavaren av varumärket bestrider grunderna för invändningen och anför i huvudsak följande. Innehavaren ansökte den 20 juni 2005 om registrering av varukännetecknet PRIMAVIVA. Registreringen har beviljats. Invändaren ansökte först i december 2005 om registrering av märket PRIMAVI. Denna ansökan saknar därför relevans för den nu gjorda invändningen. Innehavaren bestrider även att ordet PRIMAVI hade tagits i bruk som kännetecken för varor och tjänster vid den tidpunkt då innehavaren ansökte om registrering av kännetecknet PRIMAVIVA. Namnet PRIMAVI har endast använts för att sprida information och inte för att i någon kommersiell mening beteckna varor och tjänster. I ljuset av detta saknar det också betydelse om hemsidan [www.primavi.se](http://www.primavi.se) eventuellt var bekant för innehavaren. Någon verklig användning av hemsidan hade aldrig förekommit när innehavaren ansökte om registrering. I praktiken hade de artiklar med hälsoinformation som lagts upp på sidan kring åren 1999-2000 förblivit där och några förändringar inte gjorts.

Vid den omständigheten att PRV skulle anse att märket PRIMAVI använts som kännetecken redan vid tiden för innehavaren ansökan saknas i vart fall anledning att bifalla invändningen eftersom det inte föreligger någon förväxlingsrisk med varumärket PRIMAVIVA. Från juli 2005 har kännetecknet PRIMAVIVA använts i stor omfattning som beteckning för de varor och tjänster som innehavaren erbjuder. Trots detta har det inte vid något tillfälle inträffat att någon som har sökt invändaren av misstag kontaktat innehavaren. Detta talar i sig starkt för att det inte föreligger någon risk för förväxling mellan varumärket PRIMAVIVA och det av invändaren åberopade varumärket PRIMAVI. Det visuella intrycket av invändarens märke är att det består av prefixet PRIMA- och suffixet -VI. Både prefix och suffix utgör alltså självständiga ord med välkända innebörder. Innehavarens märke ger ett annat visuellt intryck då suffixet inte hänför sig till något ord som förekommer i svenska språket, nämligen – VIVA. Av PRV:s register framgår det att det är mycket vanligt förekommande att kännetecken inleds med bokstäverna PRIMA. Eftersom invändarens påstådda kännetecken och innehavarens varumärke i sina inledande delar har ord som är mycket flitigt använda i känneteckenssammanhang saknar de i sig nämnvärd betydelse för förväxlingsfrågan. Invändaren har härvid hänvisat till Svea Hovrätts dom den 19 juni 1985, refererat i NIR 1985 s 597. Desto större betydelse får då istället de utläsbara ord som avslutar respektive kännetecken, det vill säga VI och VIVA. Av detta följer att kännetecknen utan tvekan ger upphov till olika slags associationer och ett annat visuellt intryck.

### Invändaren

Som svar på innehavarens inlägga anför invändaren i huvudsak följande. Innehavaren bestrider att invändarens märke PRIMAVI användes vid tidpunkten för innehavarens

ansökan om registrering. Besöksstatistik framtagen av Alexa, [www.Alexa.com](http://www.Alexa.com), har bifogats i ärendet. Som jämförelse har även bifogats motsvarande statistik för PRIMAVIVA. På PRIMAVIVA's hemsida påstås att man är Sveriges största privata hälsosida på Internet. Invändaren har härvid bifogat utdrag från innehavarens hemsida. Det framgår dock av kurvorna från Alexa att PRIMAVI var Sveriges största privata hälsosida i juni 2005. Invändaren har härvid bifogat ett brev från Heli Brewits som bekräftar att sidorna var i deras annonsnätverk i juni 2005 och hade en omfattande besöksfrekvens. Då innehavaren påstår att PRIMAVI inte använts som kännetecken för varor och tjänster vid tidpunkten för registreringen anför invändaren vidare att PRIMAVI använts som varumärke gentemot reklamköpare i Hi-Medias annonsnätverk. Vidare tillhandhåller PRIMAVI tjänster i form av hemsidor till kunder. Invändaren har härvid bifogat ett utdrag från PRIMAVI:s hemsida från den 31 maj 2005 för att påvisa detta. Invändaren har även bifogat ett brev från Martina Hammarbäck som tillsammans med innehavarens VD Rufus Lidman besökte invändaren den 3 juni 2005. Brevet är ställt till [jan@primavi.se](mailto:jan@primavi.se) vilket bevisar att det var känt för innehavaren att PRIMAVI bedrev verksamhet vid tidpunkten för registreringen av PRIMAVIVA. Invändaren har också bifogat artiklar från Myndigheten För Skolutveckling och Folkbildningsnätet i vilka PRIMAVI rekommenderats. Även sökmotorer som exempelvis Google rankar PRIMAVI:s sidor högt vilket ingivna inlagor visar.

## SKÄL

Enligt 2 § första stycket varumärkeslagen förvärras ensamrätt till ett varumärke, då märket har blivit inarbetat.

Av 14 § första stycket punkten 6 varumärkeslagen framgår att ett varumärke inte får registreras om märket är förväxlingsbart med ett namn eller en firma som någon annan använder i en näringsverksamhet, med någon annans varumärke som är registrerat efter tidigare ansökan eller med någon annans varukännetecken som är inarbetat då ansökan om registrering görs

Enligt 6 § första stycket varumärkeslagen anses kännetecken som huvudregel vara förväxlingsbara endast om de avser varor/tjänster av samma eller liknande slag.

Frågan om förväxlingsbarhet skall avgöras vid en helhetsbedömning där alla omständigheter av betydelse i sammanhanget skall beaktas, framför allt märkenas likhet samt likheten avseende de varor som märkena avser. Avgörande vid besvarande av frågan om förväxlingsbarhet blir, i de fall varuslagslikhet kan konstateras, i vilken mån kännetecken kan bedömas likna varandra. Bedömningen av denna fråga skall grundas på märkenas visuella och fonetiska likhet. Hänsyn skall även tas till om orden i de aktuella märkena besitter ett gemensamt eller liknande begreppsmässigt innehåll, varvid risken för att konsumenterna genom association uppfattar att det råder ett samband mellan varumärkena skall beaktas.

Enligt 14 § första stycket 7 punkten varumärkeslagen föreligger hinder att registrera ett varumärke om märket är förväxlingsbart med ett varukännetecken som vid tidpunkten för ansökan användes av någon annan samt att ansökan gjordes med vetskap om detta och sökanden inte använt sitt märke innan det andra kännetecknet togs i bruk.

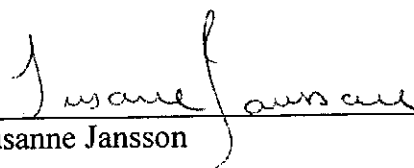
PRV gör följande bedömning.

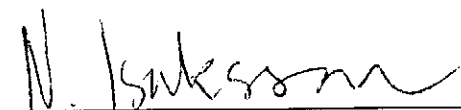
Av det material som invändaren ingivit i ärendet framgår inte huruvida invändarens märke PRIMAVI, vid tiden för innehavarens ansökan av märket PRIMAVIVA, använts i sådan tid och omfattning att det kommit att, i omsättningskretsen, uppfattas som ett kännetecken för invändarens varor och/eller tjänster. Något hinder mot innehavarens registrering i enlighet med 14 § första stycket 6 punkten föreligger således inte.

För att 14 § första stycket 7 punkten varumärkeslagen skall vara tillämplig krävs att de motstående märkena är förväxlingsbara. PRV konstaterar att både innehavarens och invändarens märke omfattar tjänster som tillhandahåller information och data beträffande hälsa. Därmed föreligger tjänsteslagslikhet dem emellan. Beträffande märkeslikheten består innehavarens märke av lydelsen PRIMAVIVA och det av invändaren åberopade märket av lydelsen PRIMAVI. Det kan konstateras att båda märkena inleds med förledet PRIMA- vilket leder till att märkena till viss del liknar varandra. Innehavarens märke avslutas dock med efterledet -VIVA medan invändarens märke avslutas med efterledet -VI. Denna omständighet får betydelse för det associationsmässiga intrycket av märkena då det ligger närmast till hands att uppfatta de fyra sista bokstäverna -VIVA i innehavarens märke som det spanska ordet för *hurra* (Norstedts Spansk-svenska Ordbok, wordfinder, version 3.0, åtkomst 2007-10-15). De två sista bokstäverna -VI i invändarens märke ger å andra sidan närmast association till det franska ordet *vie* som bland annat betyder *liv*. Det föreligger därmed både en visuell, fonetisk och associationsmässig skillnad mellan märkena varför märkeslikhet inte får anses vara för handen. Vid en samlad bedömning finner PRV att innehavarens märke inte är förväxlingsbart med det av invändaren åberopade kännetecknet. 14 § första stycket 7 punkten varumärkeslagen är således inte tillämplig i det aktuella fallet.

Följaktligen utgör grunderna för invändningen inte något hinder mot registreringens fortsatta bestånd. Invändningen skall därför avslås.

Beslutat den 17 OKT 2007

  
\_\_\_\_\_  
Susanne Jansson

  
\_\_\_\_\_  
Nina Isaksson

#### HUR BESLUTET ÖVERKLAGAS

Den som vill överklaga beslutet skall göra det skriftligt. Skrivelsen skall vara ställd till Patentbesvärsrätten, men sändas till Patent- och registreringsverket, Box 530, 826 27 Söderhamn. I skrivelsen skall anges det beslut som överklagas och den ändring i beslutet som begärs. Skrivelsen skall ha kommit in till verket inom två månader från beslutets dag.