

Invändningsärende nr 2007/0058/0001

Registrering nr 386476

**INVÄNDARE**

Hachette Filipache Presse (Société Anonyme)  
149, rue Anatole France  
92534 Levallois Perret Cedex  
Frankrike

Exp. Patent- och registreringsverket

**2008 -05- 0 9**

**OMBUD**

Nihlmark & Zacharoff Advokatbyrå AB  
Box 7701  
103 95 Stockholm

**INNEHAVARE**

3

---

**BESLUT**

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

**ÄRENDET**

Invändningen avser varumärket MISSMATCH med reg.nr 386476, registrerat den 19 januari 2007 för tjänsten musikgrupp (underhållning), i klass 41.

Invändaren yrkar att registreringen 386476 upphävs och anför som grund för invändningen att märket är förväxlingsbart med invändarens tidigare gemenskapsvarumärke MATCH med reg.nr 004483061.

Invändaren anför vidare bland annat följande. Märket är registrerat för ett stort antal varor och tjänster i klasserna 9, 16, 35, 38 och 41, bland annat "utbildning, undervisning och underhållning i allmänhet" i klass 41. Mellan de motstående märkena föreligger varuslagslikhet då tjänsten musikgrupp (underhållning) faller helt in under begreppet "underhållning i allmänhet". Även märkeslikheten är tydlig. Ordet Match ingår i innehavarens märke förutom ordet Miss. Den klart dominanta delen av innehavarens märke är således identisk med invändarens märke. Detta leder till uppenbara visuella och auditiva likheter, liksom till konceptuella likheter mellan märkena. Konceptuellt uppfattas ordet MissMatch som Miss Match (fröken Match), att ordet inte är särskrivet förändrar inte denna uppfattning. Det är tydligt att betoningen av namnet MissMatch ligger på ordet Match. Så torde alltid vara fallet när Miss, Mr eller Mrs uttalas i anslutning till ett namn. Detta gör att Miss, Mr, Mrs ofta sväljs och faller bort vid uttal av namn och kvar finns endast själva namnet, i detta fall Match.

Innehavaren har bestridit grunderna för invändningen och anför bland annat följande. Varken musikgrupp, ensemble, orkester, artisteri eller dylikt nämns i invändarens varuförteckning, endast "underhållning i allmänhet". MissMatch är en popduo bestående av två svenska artister som huvudsakligen utför scenframträdanden, musikframställningar samt övriga artistiska prestationer, bland annat genom medverkan i olika teveprogram. Sådan artistisk verksamhet torde inte i något avseende vara förväxlingsbar med den typ av verksamhet som mediakonglomeratet Match bedriver. Namnet MissMatch syftar till det engelska ordet mismatch (med betydelsen opassande) och är därför en negation av ordet match. Omskrivningen till MissMatch syftar endast till att referera till "fröken" och är en ordlek mot bakgrund av de två medlemmarna i gruppen MissMatch. Vad gäller Match och MissMatch finns visuella, innebördsmässiga och auditiva skillnader. MissMatch består av ett enda ord. Ingen stavelse kan anses vara mer dominant än den andra. Namnet skulle vid ett eventuellt bortseende av endera stavelsen förlora sin innebörd.

### **SKÄL**

Enligt 14 § första stycket, punkten 9 VmL får ett varumärke inte registreras om det är förväxlingsbart med ett gemenskapsvarumärke som innehas av någon annan och är registrerat efter en tidigare ansökan. Enligt 6 § första stycket samma lag skall kännetecknen anses förväxlingsbara endast om de avser varor av samma eller liknande slag.

Vid en bedömning av varukänneteckens förväxlingsbarhet skall en helhetsbedömning göras av märkes- och varuslagslikheten, med tillämpning av den s.k. produktregeln. Det innebär att kravet på märkeslikhet blir mindre om de varor/tjänster som kännetecknen används för är i stort desamma och – omvänt – att det inte ställs så stora krav på varuslagslikheten om märkena är identiska, för att en förväxlingsbarhet skall vara för handen.

Avgörande vid besvarandet av frågan om förväxlingsbarhet föreligger blir, i de fall varuslagslikhet kan konstateras, i vilken mån kännetecknen kan anses likna varandra. Bedömningen av denna fråga skall grundas på det helhetsintryck märkena förmedlar och då i första hand på märkenas visuella och fonetiska likhet. Hänsyn skall även tas till huruvida ord och/eller figurer i de aktuella märkena eventuellt har ett gemensamt eller liknande begreppsmässigt innehåll. Man har även att ta hänsyn till det faktum att konsumenten ofta saknar en reell möjlighet att samtidigt jämföra två motstående märken, varför det vid förväxlingsbedömningen skall bortses från oväsentliga detaljskillnader, vilka i och för sig kan vara lätta att notera vid en direkt jämförelse. Beaktas skall också att omsättningskretsens minnesbild av ett varumärke typiskt sett kommer att blekna med tiden.

Vid förväxlingsbedömningen skall även fästas avseende vid graden av ursprunglig särskiljningsförmåga hos de respektive märkena, i det fall samma eller liknande särskiljande egenskaper hos ett märke skall utgöra en faktor som ökar risken för förväxling mellan märkena, i det fall samma eller liknande särskiljande egenskaper även återfinns hos det andra kännetecknet. Även graden av kännedom på marknaden om de aktuella märkena och en hos kännetecknen därigenom förvärvat särskiljningsförmåga spelar en central roll vid bedömningen.

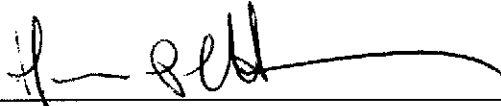
PRV gör följande bedömning.

Inledningsvis får konstateras att innehavarens varumärkesregistrering MISSMATCH och den av invändaren åberopade gemenskapsregistreringen MATCH omfattar tjänster som är av

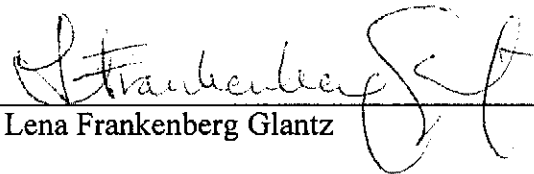
liknande slag, nämligen underhållning, i klass 41 och att det därmed råder tjänsteslagslikhet. Vad gäller märkeslikhet innefattas visserligen invändarens märke MATCH i innehavarens märke MISSMATCH och viss likhet kan därför sägas föreligga mellan märkena. Tillägget av orddelen MISS- i innehavarens märke ger emellertid upphov till både visuella, fonetiska och framför allt stora associationsmässiga skillnader mellan märkena, vilket *de facto* minimerar förväxlingsrisken. Innehavarens märke uttalas närmast som det engelska ordet "mismatch", vilket närmast översätts till *matcha dåligt, inte passa ihop med, dåligt parti, mesallians, ojämn kamp* (Norstedts stora engelska ordbok, sökning 2008-05-07). Märket får därför förstås som en ordlek för de tjänster den sökts för och den popduo som utför underhållningen ifråga. Nämnda förhållande torde även stå uppenbart för den här relevanta omsättningskretsen. Med beaktande av vad som ovan sagts finner PRV vid en helhetsbedömning att de motstående registreringarna inte är att anse som förväxlingsbara.

Följaktligen utgör invändningen inte något hinder mot registreringen. Invändningen skall därför avslås.

Beslutat den 09 MAJ 2008



Herman Pettersson



Lena Frankenberg Glantz

#### 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.