

Varumärkesansökan nr 2008/09384

BRANN AB  
Box 12246  
102 26 Stockholm

**SÖKANDE**

Atrium Ljungberg AB  
Box 4808  
116 93 Stockholm

Exp. Patent- och registreringsverket

2011-02-08

**OMBUD**

BRANN AB  
Box 12246  
102 26 Stockholm

---

**BESLUT**

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår ansökan om registrering av varumärke med ovanstående nummer med stöd av 19 § andra stycket varumärkeslagen (1960:644).

**ÄRENDET**

Ärendet avser ansökan om varumärkesregistrering av märket FARSTA CENTRUM, nedan återgivet i figur, för annons- och reklamverksamhet; företagsledning; anordnande av mässor eller utställningar för kommersiellt eller reklamändamål; affärsvärderingar; omlokaliseringstjänster avseende företag; professionella företagskonsultationer; företagsledning av hotell; konsultationer avseende företagsledning och -organisation; bistånd vid skötsel av affärsverksamhet; marknadsprisanalyser; rådgivningstjänster för företagsledning; skyltning av skyltfönster; assistans vid företagsledning; företagsadministration; sammanställande av ett varusortiment, för annans räkning (med undantag av transport därav), för att möjliggöra för kunder att bekvämt kunna se på och köpa varorna; återförsäljartjänster avseende kläder, huvudbonader, fotbeklädnader, väskor, smycken; återförsäljartjänster avseende livsmedel; återförsäljartjänster avseende datorer, datormjukvaror och databehandlingsutrustning; återförsäljartjänster avseende bilar; återförsäljartjänster avseende fordon, fordonstillbehör och reservdelar; återförsäljartjänster avseende möbler; återförsäljartjänster avseende böcker, tidskrifter, skriv- och kontorsmaterial, instruktions- och undervisningsmaterial (ej apparater), varor av papper och kartonger, fotografier, vykort, gratulationskort, affischer, kartor, plastmappar samt plastmaterial för emballering; återförsäljartjänster avseende gödsel; återförsäljartjänster avseende målarfärger, fernissor, lacker, färgämnen, färgborttagningsmedel, målarpenslar och konstnärsmaterial; återförsäljartjänster avseende rostskyddsmedel och skyddsmedel mot angrepp på trä; återförsäljartjänster avseende metaller i folie- och pulverform för målare, dekoratörer, tryckare och konstnärer; återförsäljartjänster avseende blekningspreparat och andra ämnen för användning vid tvätt; återförsäljartjänster avseende rengörings-, poler-, skur- och slipmedel; återförsäljartjänster avseende tvål, parfymer, eteriska oljor, kosmetika, hårvårdspreparat och hudvårdspreparat; återförsäljartjänster avseende tandpulver, -kräm och

-pastor; återförsäljartjänster avseende industriella oljor och fetter, smörjmedel och -ämnen; återförsäljartjänster avseende bränslen (bensin och motorsprit) och belysningsmedel; återförsäljartjänster avseende belysningsmedel, ljus och veckor för belysning; återförsäljartjänster avseende farmaceutiska och veterinära preparat; återförsäljartjänster avseende hygieniska preparat för medicinska ändamål; återförsäljartjänster avseende dietiska substanser anpassade för medicinskt bruk och spädbarnsmat; återförsäljartjänster avseende plåster, förbandsmaterial och desinfektionsmedel; återförsäljartjänster avseende preparat för utrotning av skadedjur, -insekter och ohyra, preparat för utrotning av svamp, mögel och växtbekämpningsmedel; återförsäljartjänster avseende byggnadsmaterial av metall, flyttbara byggnader (byggnationer) av metall, rör av metall, artiklar av oädla metaller; återförsäljartjänster avseende icke-elektriska kablar och metalltrådar; återförsäljartjänster avseende oädla metaller, småsmidesvaror av järn och metall, malmer; återförsäljartjänster avseende maskiner och maskinverktyg, motorer (dock ej för fordon), maskinkopplings- och transmissionsdelar (dock ej för fordon); återförsäljartjänster avseende handdrivna verktyg och handredskap; återförsäljartjänster avseende knivsmidesvaror och bestick; återförsäljartjänster avseende rakhyvlar och -apparater; återförsäljartjänster avseende vetenskapliga, nautiska, fotografiska, kinematografiska, optiska apparater och instrument; återförsäljartjänster avseende apparater och instrument för lantmäteri, besiktning, vägning, mätning, signalering, kontroll (övervakning), livräddning och undervisning; återförsäljartjänster avseende apparater och instrument för ledning, växling, transformering, ackumulering, reglering eller kontrollering av elektricitet; återförsäljartjänster avseende apparater för inspelning, upptagning, sändning eller återgivning av ljud och bilder; återförsäljartjänster avseende magnetiska databärare och inspelningsbara skivor; återförsäljartjänster avseende försäljningsautomater samt mekanismer för myntstyrda apparater, kassaapparater, räknemaskiner och eldsläckningsapparat; återförsäljartjänster avseende kirurgiska, medicinska, odontologiska och veterinära apparater och instrument; återförsäljartjänster avseende apparater för belysning, uppvärmning, ångalstring, kokning, kylning, torkning, ventilation, vattenförsörjning och sanitära ändamål; återförsäljartjänster avseende ädla metaller, varor av ädla metaller, smycken och ädelstenar; återförsäljartjänster avseende ur och tidmätninginstrument; återförsäljartjänster avseende musikinstrument; återförsäljartjänster avseende klister och lim för pappersvaror och hushållsändamål, konstnärsmaterial, målarpenslar, skrivmaskiner och kontorsförmödenheter (ej möbler); återförsäljartjänster avseende gummi, guttaperka, kautschuk, asbest, glimmer, samt artiklar gjorda av dessa material; återförsäljartjänster avseende läder och läderimitationer samt varor framställda av dessa material, djurhudar och pälskinn; återförsäljartjänster avseende koffertar och resväskor, paraplyer, parasoller och promenadkäppar; återförsäljartjänster avseende piskor, seldon och sadelmakerivaror; återförsäljartjänster avseende papper, kartong, varor av papper och kartong, trycksaker, bokbinderimaterial, fotografier, instruktions- och undervisningsmaterial (ej apparater), trycktyper, klichéer; återförsäljartjänster avseende byggnadsmaterial, styva rör för byggnation, asfalt, tjära och bitumen, flyttbara byggnader (byggnationer), ej av metall, monument, ej av metall; återförsäljartjänster avseende möbler, speglar, tavelramar, varor av trä, kork, vass, rotting, korg, horn, ben, elfenben, valfiskben, snäckskal, bärnsten, pärlmor, sjöskum eller av plast; återförsäljartjänster avseende redskap och behållare för hushållsändamål samt köksgeråd (ej av ädla metaller eller överdragna därmed); återförsäljartjänster avseende kammar och tvättsvampar, borstar (ej målarpenslar), borstmakerimaterial; återförsäljartjänster avseende artiklar för rengöringsändamål, stålull; återförsäljartjänster avseende obearbetat eller delvis bearbetat glas (ej byggnadsglas) samt varor av glas, porslin och keramik; återförsäljartjänster avseende rep, linor, tåg, snören, nät, tält, markiser, presenningar, segel, säckar och påsar; återförsäljartjänster avseende stoppnings-, madrasserings-, vadderingsmaterial och

obearbetat fibröst textilmaterial; återförsäljartjänster avseende garn och tråd för textilanvändning; återförsäljartjänster avseende vävnader och textila produkter, sängkläder och bordsdukar; återförsäljartjänster avseende spetsar och broderier, band och snörmakerivaror, knappar, hakar och hyskor, knappnålar, synålar, virknålar och stickor, konstgjorda blommor; återförsäljartjänster avseende mattor och mattbeläggningar, linoleum och andra material för golvbeläggningar, tapeter; återförsäljartjänster avseende spel och leksaker; återförsäljartjänster avseende gymnastik- och sportartiklar; återförsäljartjänster avseende julgranspyrdnader; återförsäljartjänster avseende jordbruks-, trädgårds- och skogsbruksprodukter, fröer och utsäden, djurfoder; återförsäljartjänster avseende färska frukter och grönsaker, levande plantor, växter och blommor; återförsäljartjänster avseende levande djur; återförsäljartjänster avseende fröer och utsäden, malt; återförsäljartjänster avseende mineral- och kolsyrat vatten samt andra icke alkoholhaltiga drycker, fruktdrycker och -juicer, safter och andra koncentrat för framställning av drycker; återförsäljartjänster avseende tobak, artiklar för rökare, tändstickor; återförsäljartjänster avseende apparater för återgivning av ljud och bilder; ekonomisk kalkylering av byggnadsprojekt, i klass 35, fastighetsförvaltning; fastighetsmäkleri; fastighetsagenturer; fastighetsförmedlingar; bostadsförmedlingar (lägenheter); uthyrning av lägenheter; uthyrning av kontor (fastigheter); uthyrning av våningar; uthyrning av butikslokaler; uthyrning av bostäder; uthyrning av kommersiella lokaler; förvaltning av hyreshus; finansiell förvaltning; inkassering av hyror; kapitalinvestering; kreditgivning; finansiell utvärdering (försäkring, bank, fastighet); fastighetsvärderingar; finansieringstjänster; finansiella analyser; finansiering av hyrköp; finansiering av avbetalningsköp; finansiella konsultationer; finansiell information; finansiell sponsring; affärslikvidering/avvecklingstjänster (finansiella); utvärdering av reparationskostnader (finansiell värdering); anskaffande av finanser för leasing; finansiell verksamhet; försäkringsverksamhet; bostadsförmedlingstjänster; mäkleri; leasing av fast egendom; fastighetsagentur; förädlade av fastigheter, nämligen ekonomisk utveckling av fastigheter genom tillskapande av ekonomiska modeller och uthyrningskoncept, i klass 36, uppförande/anläggande av byggnationer; reparation/underhåll av byggnader; uppförande av mässmontrar och butiker; övervakning av byggnadskonstruktioner under uppförande; information avseende konstruktion, anläggning och byggnation; isolering av byggnader; konstruktions- anläggnings- eller byggnadstjänster; rivning av byggnader; inomhus och utomhusmålning; tapetseringstjänster; inomhusrengöring av byggnader; fasadrengöring; byggnadsisolering; installation och reparation av elektrisk utrustning; gatubeläggningstjänster; tätning av byggnader; fukttätning av byggnader; fönsterputsning; installation och reparation av hissar; information angående byggnation, byggnadsisolering, installation och reparation av uppvärmningsutrustning; uthyrning av byggnads- konstruktions- och anläggningsutrustning, i klass 37, utskänkning av mat och dryck; hotell; pensionatrörelser; uthyrning och reservation av tillfälliga bostäder; rumsförmedlingar (hotell, pensionat); upplåtande av utställningslokaler; uthyrning av möteslokaler, i klass 43.

**Farsta**  
CENTRUM

Det sökta märket utfört i svart



PRV har som hinder för det sökta märkets registrering anfört att märket saknar för registrering erforderlig särskiljningsförmåga.

Sökanden har bestridit att märket saknar särskiljningsförmåga och i huvudsak anfört följande. Det görs gällande att märket FARSTA CENTRUM förvärvat särskiljningsförmåga och att figurmärket är tillräckligt figurativt. Vad avser den förvärvade särskiljningsförmågan anförs att FARSTA CENTRUM använts konsekvent och kontinuerligt som kännetecken för en av Sveriges största handelsplatser och köpcentrum sedan 1960. FARSTA CENTRUM hade 2008 cirka 15 miljoner besökare och en omsättning på 2 100 Mkr. FARSTA CENTRUM har marknadsförts både mot konsumenter och näringsidkare genom bl.a. annonsering, direktreklam och TV-reklam. Den marknadsföring som skett är omfattande, har pågått under mycket lång tid och kopplar hela tiden kännetecknet till de tjänster som tillhandahålls. Marknadsföringskostnaderna uppgick 2008 till cirka 6,1 Mkr.

Omsättningskretsen för de sökta tjänsterna består dels av konsumenter och dels av företag som vill hyra lokaler för att bedriva detaljhandel eller service såsom exempelvis utskänkning av mat och dryck samt personer inom branschen och konkurrenter. Av undersökningen från Image Survey International (ISI) från 2002 framgår att FARSTA CENTRUM hade en totalkännedom om 84 procent i jämförelse med branschsnittet som uppgick till 76 procent. I känneteckensundersökningen från Brand Eye AB från 2009 kan utläsas en hög total kännedomsgrad bland konsumenter och en klar majoritet uppfattar beteckningen FARSTA CENTRUM som ett kännetecken och inte som en allmän benämning på en geografisk plats. Bland etableringsansvariga förelåg en exceptionellt hög total kännedomsgrad och nära nog samtliga uppfattade FARSTA CENTRUM som ett kännetecken och inte som en geografisk plats. De procentsatser som åberopas i marknadsundersökningarna ger stöd för att FARSTA CENTRUM igenkänns av en betydande majoritet som just ett varumärke. Sökanden ska visa att orden fungerar som kännetecken och uppfattas just så av omsättningskretsen, jmf FÖRETAGSPAKET, PBR mål nr 00-424 och MORAKNIV, PBR mål nr 07-288. Varken i lagtexten eller i praxis finns något stöd för att en ”betydande del” av omsättningskretsen ska uppfatta FARSTA CENTRUM som ett kännetecken. Vad avser det figurativa utförandet anförs att det äger inneboende särskiljningsförmåga. Utformningen ger märket tidstypisk 60-tals känsla. I kombination med det halvt lutande formatet och ordet centrum i rakt utförande, ger det märket en egen och distinktiv utformning.

Till stöd för ovanstående uppgifter har sökanden, utöver marknadsundersökningarna, ingivit ett branschintyg från Svensk Handel där det intygas att FARSTA CENTRUM är väl känt för allmänheten och identifierar den verksamhet som bedrivs under detta namn. Därutöver har det ingivits pressklipp, annonser och uppgifter om marknadsföringskostnader sedan 2003. Det har även bifogats information om marknadsställning, diverse utmärkelser samt en årsredovisning från 2008.

Sammantaget anför sökanden att det ingivna materialet måste anses vara tillräckligt för att visa att FARSTA CENTRUM genom användning har förvärvat sådan särskiljningsförmåga att märket kan erhålla registreringsskydd.

## SKÄL

Ett varumärke får enligt 13 § varumärkeslagen registreras endast om det har särskiljningsförmåga. Ett märke som uteslutande eller med endast mindre ändring eller tillägg anger varans art, beskaffenhet, mängd, användning, pris eller geografiska ursprung eller tiden för dess framställande, ska inte i och för sig anses ha särskiljningsförmåga. Vid

bedömningen av om ett varumärke har särskiljningsförmåga skall enligt denna bestämmelse hänsyn tas till alla omständigheter och särskilt till den omfattning och den tid varumärket varit i bruk.

Vad som ovan angetts gäller även tjänster.

*PRV gör följande bedömning*

Det sökta märket består av orden FARSTA CENTRUM. Enligt Nationalencyklopedins nätupplaga ([www.ne.se](http://www.ne.se), 2011-01-27) anger FARSTA en geografisk plats och CENTRUM betyder mittpunkt, medelpunkt. Det sökta märket anger därmed var de aktuella tjänsterna tillhandahålls varför det saknar ursprunglig särskiljningsförmåga. Märket har inte heller ett tillräckligt utpräglat utförande för att inneha figurativ särskiljningsförmåga.

Vad sedan gäller frågan huruvida det sökta märket har förvärvat särskiljningsförmåga gör PRV följande bedömning.

PRV konstaterar inledningsvis att det vid bedömningen av om ett varumärke förvärvat särskiljningsförmåga ska göras en helhetsbedömning av de omständigheter som kan visa att varumärket fungerar som ett individualiseringsmedel för de varor eller tjänster det avser. Om det på grundval av dessa omständigheter anses att den berörda omsättningskretsen, eller åtminstone en betydande del av den, tack vare varumärket kan ange att varan kommer från ett visst företag, ska det under alla omständigheter fastställas att kravet för registrering är uppfyllt (Se EU-domstolens dom i förenade målen C-108/97 och C-109/97 Windsurfing Chiemsee, samt SOU 2001:26 s. 212, 215 och 234f).

Omsättningskretsen för de tjänster som förevarande ansökan avser utgörs av konsumenter i allmänhet samt företag.

Utredningen ger vid handen att FARSTA CENTRUM under förhållandevis lång tid och i stor omfattning använts i marknadsföring för köpcentrumet FARSTA CENTRUM. Märket har varit föremål för omfattande marknadsföringsåtgärder och betydande investeringar, har en hög omsättning och många besökare varje år. Emellertid kan inte enbart detta ligga till grund för att märket FARSTA CENTRUM förvärvat särskiljningsförmåga och därmed förlorat sin i hög grad deskriptiva karaktär.

I fråga om ingivet branschintyg från Svensk Handel kan detta inte läggas till grund för en slutsats att det kan uteslutas att omsättningskretsen uppfattar FARSTA CENTRUM i sin beskrivande betydelse.

Undersökningen från Image Survey International (ISI), utförd 2001-2002, baseras på svar från 854 konsumenter mellan 15-74 år och bosatta i Stockholms län. Då omsättningskretsen i undersökningen utgörs enbart av konsumenter i Stockholms län är den geografiskt begränsad och kan inte anses bestå av allmänheten i hela Sverige. Vidare kan undersökningen inte läggas till grund för bedömningen huruvida FARSTA CENTRUM förvärvat särskiljningsförmåga för andra beskrivande tjänster än rena återförsäljartjänster i klass 35. Syftet med undersökningen är att undersöka stockholmarnas attityder och erfarenheter till olika institutioner och företag i Storstockholm för att ge en effektiv analys kring enskilda företags ställning inom en viss bransch. Av undersökningen framgår att FARSTA CENTRUM bland respondenterna hade en totalkännedom om 84 procent. Det framgår

emellertid överhuvudtaget inte huruvida omsättningskretsen uppfattar FARSTA CENTRUM som ett kännetecken för ifrågavarande tjänster varför undersökningen är bristfällig och därför inte kan läggas till grund för en förvärvad särskiljningsförmåga.

Den av Brand Eye utförda marknadsundersökningen från 2009 har utförts bland ett riksrepresentativt slumpvis urval av 400 konsumenter i åldrarna 16-74 år samt 100 etableringsansvariga på företag med butiksverksamhet. PRV noterar att urvalet "etableringsansvariga på företag med butiksverksamhet" inte är representativt för samtliga tjänster i ansökan, bl.a. olika typer av finansiella tjänster. I undersökningen har man utgått från frågor som rör vad respondenterna kom att tänka på när de hörde eller såg ordet FARSTA CENTRUM (spontan och hjälpt kännedom), samt om det förväntas att FARSTA CENTRUM är namnet på ett visst köpcenter eller om det kan användas fritt av vilket köpcenter som helst. PRV konstaterar att så som de fyra frågorna är utformade går det inte att lägga svaren till grund för någon slutsats om huruvida respondenterna uppfattar FARSTA CENTRUM som ett kännetecken eller som en beskrivande benämning på ett köpcenter. Endast kännedomen om att FARSTA CENTRUM är ett visst köpcenter betyder inte att det uppfattas som ett kännetecken för de tjänster ansökan avser.


Vad avser sökandens jämförelse med Patentbesvärsträtts domar (FÖRETAGSPAKET, PBR mål nr 00-424 och MORAKNIV, PBR mål nr 07-288) var i båda målen frågorna i de åberopade marknadsundersökningarna utformade på ett sådant sätt att det gick att utläsa att omsättningskretsen uppfattade märkena som kännetecken för sökta varor och tjänster. Så är inte fallet vad gäller ingivna marknadsundersökningar avseende FARSTA CENTRUM.

PRV finner vid en samlad bedömning att det inte är visat att orden FARSTA CENTRUM förvärvat för registrering erforderlig särskiljningsförmåga.

Ansökan ska därför avslås.

Beslutat den

08 FEB 2011

  
Martin Berger

  
Tina Holm

#### HUR BESLUTET ÖVERKLAGAS

Den som vill överklaga beslutet ska göra det skriftligt. Skrivelsen ska vara ställd till Patentbesvärsträtten, men sändas till Patent- och registreringsverket, Box 530, 826 27 Söderhamn. I skrivelsen ska anges det beslut som överklagas och den ändring i beslutet som begärs. Skrivelsen ska ha kommit in till verket inom två (2) månader från beslutsdagen.