

## AVSLAG AV INVÄNDNING

Invändningsärende nr 2009/0072/0001

Registrering nr 402031

### INVÄNDARE

Contipark Parkgaragen GmbH  
Rankestr. 13  
D-10789  
Tyskland

Exp. Patent- och registreringsverket

### OMBUD

Bjerkéns Patentbyrå Kommanditbolag  
Box 128  
721 05 Västerås

~~2010~~-03-07  
2011

### INNEHAVARE

CombiQ AB  
Science Park, gjuterigatan 9  
553 18 Jönköping

### 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 COMBIPARK, med registreringsnummer 402031, registrerat för bilparkeringar; uthyrning av parkeringsplatser; transporter; bevakade värdetransporter; värdetransporter; transportinformation; bokning av transporter; datoriserad distributionsplanering av transporter, i klass 39.

Invändaren har yrkat att innehavarens registrering ska upphävas och har som grund för invändningen anfört att märket är förväxlingsbart med gemenskapsvarumärket CONTIPARK, i figur återgivet nedan, med registreringsnummer 1256064, registrerat för förmedling och uppgörelse av affärer för andra rörande parkeringsanläggningar av alla slag, i klass 35, uppförande av parkeringsanläggningar av alla slag, inkluderande tillhörande ekonomiskt eller utrymmesmässigt relaterade anläggningar dvs. försäljningskiosker; bensinstationstjänster, nämligen rengöring, underhåll och reparation av motorfordon samt tankning av fordon av alla slag, i klass 37, samt leasing och uthyrning av parkeringsanläggningar av alla slag; bilparkering; förvaltning, underhåll och drift av parkeringsanläggningar av alla slag, i klass 39.

# CONTIPARK

Invändarens märke med registreringsnummer 1256064.

Till stöd för invändningen har invändaren anfört i huvudsak följande. Invändarens märke är skyddat för tjänster som kan härröras till parkeringsplatser, -hus och andra parkeringsutrymmen. I Tyskland har invändaren bilparkeringar på 120 platser. Verksamheten är dock inte begränsad till Tyskland utan invändaren har även parkeringar i Italien, Frankrike, Belgien, Spanien, Österrike och Nederländerna. Som företag har de som marknad Europa och Sverige, som är ett biltätt land. Invändarens märke CONTIPARK består av ordet i versaler med det för parkering klassiska P inom en ram med mörk bakgrund. Emellertid är figurmomentet svagt och det är lydelsen som är varumärkets huvudsakliga beståndsdel. Märkena COMBIPARK och CONTIPARK är vid en bedömning av helhetsintrycket, både fonetiskt och visuellt förväxlingsbara med varandra. Det svenska uttalet är ägnat att leda till förväxling bland konsumenterna i omsättningskretsen, som vad avser varumärkena CONTIPARK och COMBIPARK får anses vara identisk. Varumärkena ska användas på skyltar vid in- och utfarter, bredvid bilparkeringar och anvisningsskyltar till parkeringar. När omsättningskretsen kommer i kontakt med varumärkena och ska lägga dessa på minnet, sitter de ofta i en bil och passerar märkena eller är på genomgång och ska betala avgift och dylikt. Således kastar den genomsnittliga användaren i omsättningskretsen högst en snabb blick på varumärket vid infart och utfart. Detta medför att förväxlingsrisken är hög. Vidare innehåller varumärkena samma antal bokstäver och N och M uttals på samma sätt.

Innehavaren av varumärket har bestridit grunderna för invändningen och anfört i huvudsak följande. Märkena är inte förväxlingsbara. Bokstäverna N och M samt T och B uttalas inte på samma sätt.

## SKÄL

Av 14 § första stycket 9 punkten varumärkeslagen framgår att ett varumärke inte får registreras om märket är förväxlingsbart med ett gemenskapsvarumärke som innehas av någon annan och är registrerat efter en tidigare ansökan.

Frågan om förväxlingsbarhet ska avgöras vid en helhetsbedömning där alla omständigheter av betydelse i sammanhanget ska beaktas, framför allt märkenas likhet samt likheten avseende de varor/tjänster som märkena avser. Avgörande blir, i de fall varuslagslikhet kan konstateras, i vilken mån kännetecknen kan anses likna varandra. Bedömningen av denna fråga ska grundas på det helhetsintryck märkena förmedlar och då i första hand på märkenas visuella och fonetiska likhet. Hänsyn ska även tas till huruvida ord och/eller figurer i de aktuella märkena eventuellt har ett gemensamt eller liknande begreppsmässigt innehåll, varvid risken för att konsumenterna genom association uppfattar att det råder ett samband mellan varumärkena ska beaktas. Man har även att ta hänsyn till det faktum att konsumenten ofta saknar en reell möjlighet att samtidigt jämföra två motstående märken, varför det också måste beaktas att omsättningskretsens minnesbild av ett varumärke typiskt sett kommer att blekna med tiden.

Det ska även fästas avseende vid graden av ursprunglig särskiljningsförmåga hos de respektive märkena, varvid en större grad av i sig särskiljande egenskaper hos ett märke ska utgöra en faktor som ökar förväxlingsrisken mellan märkena, i det fall samma eller liknande särskiljande egenskaper även återfinns hos det andra kännetecknet.

*PRV gör följande bedömning*

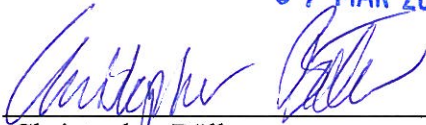
Inledningsvis kan konstateras att det av invändaren åberopade varumärket och innehavarens varumärke omfattar skydd för tjänster som är av liknande och identiskt slag, vad avser tjänster relaterade till parkeringsanläggningar samt parkering. PRV finner därmed att det föreligger tjänsteslagslikhet märkena emellan.

Beträffande märkenas likhet består innehavarens märke av lydelsen COMBIPARK och invändarens märke består av lydelsen CONTIPARK i visst utförande. Det kan inledningsvis konstateras att båda märkena innehåller suffixet –PARK, som kan översättas med *parkering* (Norstedts Engelsk-svenska Ordbok, Wordfinder, version 3.0, åtkomst 2011-03-02). Därmed besitter denna orddel svag särskiljningsförmåga i förhållande till de i ärendet aktuella tjänsterna. Prefixen COMBI- respektive CONTI skiljer sig åt visuellt och olikheterna i stavningen leder till en fonetisk skillnad mellan märkena. Skillnaderna mellan märkena förstärks ytterligare av det faktum att de ger olika associationer. Prefixet COMBI- ger upphov till associationen kombination, medan prefixet CONTI- utgörs av ett fantasiord utan särskild betydelse. PRV finner vid en helhetsbedömning att märkena inte är förväxlingsbara.

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

Beslutat den

07 MAR 2011

  
\_\_\_\_\_  
Christopher Büller



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

HUR BESLUTET ÖVERKLAGAS

Den som vill överklaga beslutet ska göra det skriftligt. Skrivelsen ska vara ställd till Patentbesvärsrätten, 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.