

AVSLAG AV INVÄNDNING

Invändningsärende nr 2013/0084/0001
Er referens: V27141EU00

Registrering nr 512659

INVÄNDARE

HeartHelper Sverige AB
Box 1343
181 35 Lidingö

OMBUD

BRANN AB
Box 12246
102 26 Stockholm

INNEHAVARE

NST Nordic Security & Telecom AB
Box 214
826 25 Söderhamn

Exp. Patent- och registreringsverket
2014-07-09

BESLUT

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår invändningen med ovanstående nummer med stöd av 2 kap. 28 § varumärkeslagen (2010:1877).

ÄRENDET

Invändningen avser varumärket HELP A HEART med registreringsnummer 512659, registrerat för följande varor och tjänster:

Klass 10: Apparater för hjärtdefibrillering.

Klass 41: Medicinsk undervisning och utbildning; medicinsk utbildning och handledning.

Invändaren yrkar att innehavarens registrering ska upphävas och anför som grund att märket saknar för registrering erforderlig särskiljningsförmåga samt är förväxlingsbart med invändarens följande gemenskapsvarumärken:

HEARTHELPER

Gemenskapsvarumärke nr. 6257133.

Klass 35: Marknadsföring och skyltning avseende information om akutmedicinsk utrustning och därför utbildad personal.

- Klass 37: Installation, reparation och underhåll av apparater för användning inom det akutmedicinska området, inkluderande defibrillatorer.
- Klass 41: Undervisning och utbildning samt rådgivning inom det akutmedicinska området.
- Klass 44: Uthyrning av apparater för användning inom det akutmedicinska området, inkluderande defibrillatorer.

HeartHelper 

Gemenskapsvarumärke nr. 6107809.
Märket är utfört i svartvitt.

- Klass 37: Uthyrning, installation, reparation, skyltning och underhåll av apparater för användning inom det akutmedicinska området, inkluderande defibrillatorer.
- Klass 41: Undervisning och utbildning samt rådgivning inom det akutmedicinska området.

Till stöd för sin invändning anför invändaren i huvudsak följande. Innehavarens märke, HELP A HEART, är ett engelskt uttryck vilket närmast översätts till "hjälp ett hjärta". Texten i innehavarens märke uttrycker ett närmast självklart och allmängiltigt ändamål i förhållande till de registrerade varorna och tjänsterna. En uppmaning av detta slag är inte utan vidare ägnad att uppfattas som ett individualiseringsmedel avseende dessa varor och tjänster. Märket utgör en ordinär mening i form av en slogan eller en reklamfras, är bildat i överensstämmelse med engelskans grammatiska regler och innehåller inga oväntade lingvistiska eller syntaktiska strukturer. Inte heller innehåller märket något annat överraskande eller oväntat som triggar en kognitiv process eller kräver tolkningsverksamhet hos konsumenten, utan informerar bara om användningen och effekten av varorna och tjänsterna, dvs. att dessa hjälper ett hjärta.

Eftersom märket har en beskrivande innebörd i förhållande till dess varor och tjänster kommer omsättningskretsen i huvudsak att uppfatta märket som beskrivande och inte som ett särskiljande kännetecken med syfte att ange det kommersiella ursprunget. Märket saknar därmed för registrering erforderlig särskiljningsförmåga.

Vidare anför invändaren att innehavarens varumärke är förväxlingsbart med innehavarens anförda gemenskapsvarumärken. Detta då nio av bokstäverna i de motstående kännetecknen är identiska. Därtill ingår de identiska orden "help" respektive "heart" i sin helhet i samtliga motstående märken, vilket föranleder viss fonetisk likhet. Det föreligger även konceptuell identitet då båda märkena hänvisar till hjärtat. Dessutom är innehavarens varor i klass 10

snarlika användarens tjänster i klass 35, 37 samt 41 då hjärtdefibrillatorer utgör en typ av akutmedicinsk utrustning. Slutligen råder tjänsteidentitet mellan de motstående tjänsterna medicinsk undervisning och utbildning i klass 41.

Innehavaren har bestridit invändningen och hänvisar till en granskning gjord av PRV InterPat från den 25 februari 2013 där förväxling ej funnits föreligga mellan de motstående kännetecknen.

SKÄL

Enligt 2 kap 5 § varumärkeslagen måste ett varumärke ha särskiljningsförmåga för de varor och tjänster som det avser.

Av 1 kap 5 § första stycket varumärkeslagen framgår att ett varukännetecken ska anses ha särskiljningsförmåga om det kan skilja varor eller tjänster som tillhandahålls i en näringsverksamhet från dem som tillhandahålls i en annan.

Bristande särskiljningsförmåga kan bero på att ett varukännetecken endast består av tecken eller benämningar som

1. i handeln visar varans eller tjänstens art, kvalitet, kvantitet, avsedda användning, värde, geografiska ursprung eller andra egenskaper eller tidpunkten för när varan eller tjänsten är framställd, eller
2. i dagligt språkbruk eller enligt branschens vedertagna handelsbruk kommit att bli en sedvanlig beteckning för varan eller tjänsten.

Enligt 2 kap. 8 § första stycket 2 varumärkeslagen får ett varumärke inte registreras om det är identiskt med eller liknar ett äldre varukännetecken för varor eller tjänster av samma eller liknande slag, om det finns en risk för förväxling, inbegripet risken för att användningen av varumärket leder till uppfattningen att det finns ett samband mellan den som använder varumärket och innehavaren av varukännetecknet.

Med ett varukännetecken avses, enligt 2 kap 8 § andra stycket 4 varumärkeslagen, bland annat ett gemenskapsvarumärke.

Frågan om förväxlingsbarhet ska avgöras vid en helhetsbedömning där samtliga omständigheter av betydelse i sammanhanget ska beaktas, framför allt märkenas likhet samt likheten avseende de varor/tjänster som märkena avser. Om varu- eller tjänsteslagslikhet är för handen ska en bedömning av märkenas visuella, fonetiska och begreppsmässiga/konceptuella likheter göras med utgångspunkt i det helhetsintryck som varumärkena förmedlar med hänsyn till bland annat deras särskiljande och dominerande delar (EU-domstolens dom i mål C-251/95, ”Sabel”, punkterna 22 och 23). Hänsyn ska även tas till det faktum att genomsnittskonsumerten sällan har möjlighet att göra en direkt jämförelse mellan varumärkena utan måste förlita sig på en oklar minnesbild av märkenas utföranden (EU-domstolens dom i mål C-342/97, ”Lloyd Schuhfabrik Meyer”, punkt 26).

En hög grad av särskiljningsförmåga hos det äldre märket, ursprunglig eller förvärvad, ökar risken för förväxling. Hänsyn ska bland annat tas till den marknadsandel som varumärket innehar, hur ofta, hur länge och på hur stort geografiskt område detta varumärke har brukats, hur stora investeringar som har gjorts för att saluföra det, den andel av omsättningskretsen som tack vare varumärket kan ange att varan kommer från ett visst företag samt yttranden

från handelskammare och andra yrkessammanslutningar (se EU- domstolens domar i mål C-251/95, ”Sabel”, punkt 24 samt C-342/97, ”Lloyd Schuhfabrik Meyer”, punkterna 22 och 23).

PRV gör följande bedömning

Invändaren har gjort gällande att innehavarens kännetecken saknar för registrering erforderlig särskiljningsförmåga. Innehavarens märke utgörs av orden HELP A HEART, vilket närmast kan översättas till lydelsen ”hjälp ett hjärta” (Norstedts engelsk-svenska ordbok, Wordfinder, version 3.0, åtkomst 2014-06-23).

Dessa ord var för sig kan i och för sig användas för att beskriva syftet med och användningsområdet för de apparater för hjärtdefibrillering samt de medicinska handlednings-, undervisnings- och utbildningstjänsterna som varumärket avser i klass 10 samt 41. Emellertid samverkar märkesorden på ett sådant sätt att deras distinktivitet förstärks i den nu aktuella sammansättningen. Den sammansatta lydelsen ger upphov till ett intryck som är tillräckligt avlägset från det intryck som ges genom de upplysningar som erhålls genom de enskilda orden att lydelsen i dess helhet innehar för registrering erforderlig särskiljningsförmåga. PRV kan därmed inte häva innehavarens kännetecken på grund av bristande särskiljningsförmåga.


Vad gäller frågan om förväxling gör PRV följande bedömning. Innehavarens märke avser apparater för hjärtdefibrillering i klass 10. De tjänster i klass 35, 37 och 44 avseende marknadsföring, information, installation, reparation, underhåll och uthyrning av akutmedicinsk utrusning, inkluderande defibrillatorer kompletterar och riktar sig till samma omsättningskrets som innehavarens varor. Mot denna bakgrund föreligger sådana beröringspunkter att det råder likhet mellan de aktuella varorna och tjänsterna.

Innehavarens märke avser även medicinska handlednings-, undervisnings- och utbildningstjänster i klass 41. Dessa tjänster omfattar de undervisnings- och utbildningstjänster inom det akutmedicinska området som invändarens märke avser i samma klass. Därmed råder tjänsteslagslikhet.

Vad gäller märkeslikhet gör PRV följande bedömning. De kännetecken som ska jämföras är följande:

Invändarens märken:

Innehavarens märke:

HEARTHELPER	
	HELP A HEART

Bedömningen av märkenas förväxlingsbarhet, inbegripet deras visuella, fonetiska och begreppsmässiga likheter, ska ske med utgångspunkt i uppfattningen hos genomsnitts-

konsumenten av den kategori av varor eller tjänster som avses. I förevarande fall riktar sig de varor och tjänster där likhet har konstaterats till konsumenter i allmänhet, men även till specialiserade köpare, så som exempelvis grossister, näringsidkare och företagskunder.

Innehavarens registrering består av lydelsen HELP A HEART och användarens kännetecken av ordet HEARTHELPER, där ett av den senares märken är registrerat i ett figurativt utförande. Samtliga motstående märken innehåller orden HELP samt HEART. Märkena skiljer sig dock åt genom att innehavarens märke består av tre ord, där ordet HELP placeras främst och HEART sist i lydelsen, vilka sammanbinds med ordet A. Innehavarens märke består i istället av ett sammansatt ord där ordet HEART placeras främst och HELPER placeras sist. Användarens figurativa märke innefattar därtill ett figurativt moment i form av ett hjärta kombinerat med en blixtnyckel efter lydelsen.

I visuellt hänseende föreligger viss likhet då märkesorden HEART samt HELP återfinns i samtliga motstående kännetecken. Den omvända placeringen av orden, tillägget av det figurativa elementet, ändelsen –ER i användarens märken samt att innehavarens märke skrivits isär sammanbundet med ett A medför emellertid att de motstående kännetecknen vid en samlad bedömning uppvisar en låg grad av visuell likhet.

Även i fonetiskt hänseende förekommer viss likhet eftersom samtliga motstående kännetecken består av tre stavelser och orden HEART samt HELP återfinns i samtliga märken. Därtill består innehavarens märke av tre separata ord medan användarens märken består av ett sammansatt sådant. På grund av den omvända placeringen, särskrivningen av innehavarens märke samt ändelsen i användarens märken kan någon större fonetisk likhet märkena emellan inte anses föreligga.

Konceptuellt kan de motstående lydelserna av märkena närmast översättas till ”hjälpa ett hjärta” respektive ”hjärthjälpare” (Norstedts engelsk-svenska ordbok, Wordfinder, version 3.0, åtkomst 2014-06-23). Det föreligger därmed ett samband mellan märkesorden genom att dessa kan härledas till varornas och tjänsternas användningsområde, nämligen bistå med hjälp vid hjärtproblem.

Sammantaget föreligger en låg grad av visuell och fonetisk likhet mellan de motstående märkena på grund av de gemensamma elementen HELP och HEART. Även om dessa element återfinns i samtliga märken distanserar sig märkena från varandra tack vare den omvända placeringen av märkesorden, sär- respektive hopskrivningen av dessa ord samt ytterligare element och ändelser. Mot denna bakgrund finner PRV att det endast föreligger en låg grad av likhet märkena emellan.

Märkesordet HEARTHELPER i användarens märke kan var för sig användas för att beskriva de tjänster hänförliga till akutmedicin som varumärket avser i klasserna 35, 37, 41 samt 44. Märkesorden kan inte heller anses samverka på ett sådant sätt att deras distinktivitet förstärks i den nu aktuella sammansättningen, (jämför EU-domstolens dom i mål C-265/00, ”BIOMILD”, punkterna 41 och 43 samt C-363/99, ”POSTKANTOOR”, punkterna 100 och 104.) Vid dessa förhållanden innehar märkesordet i sig endast en låg grad av särskiljningsförmåga för de varor/tjänster som märket avser. Skyddsomfånget i förhållande till de tjänster som märket avser får därför anses vara begränsat.

Som ovan konstaterats föreligger såväl tjänsteslagslikhet som en viss likhet mellan märkena. Visuellt och fonetiskt skiljer sig dock märkena åt, särskilt genom ordens omvända placering,


och olika tilläggsэлемент i de motstående märkena. Till detta kommer också att invändarens märke innehar en låg grad av särskiljningsförmåga och därmed ett begränsat skyddsomfång i förhållande till samtliga tjänster som märket avser. Vid en samlad bedömning, särskilt med beaktande av de visuella och fonetiska skillnaderna samt det begränsade skyddsomfånget för invändarens märken, finner PRV att märkena skiljer sig i sådan utsträckning att dessa inte är förväxlingsbara.

Mot bakgrund av det ovan anförda ska invändningen avslås.

Beslutat den **09 JUL 2014**



Martin Berger



Eva Wei

HUR MAN ÖVERKLAGAR

Detta beslut kan överklagas till Patentbesvärsrätten. Om ni vill överklaga beslutet ska ni göra det skriftligen. Skriv "Till Patentbesvärsrätten" på överklagandet, men skicka det till PRV, Box 530, 826 27 Söderhamn.

Ange följande i överklagandet:

- Namn och adress
- Vilket beslut ni överklagar och ärendets nummer
- Varför ni anser att beslutet är felaktigt
- Vilken ändring ni vill ha.

Överklagandet ska ha kommit in till PRV **inom två (2) månader** från beslutets dag. PRV skickar överklagandet vidare till Patentbesvärsrätten, om det kommit in i rätt tid och PRV inte själv ändrar beslutet på det sätt som ni begärt.