

AVSLAG AV INVÄNDNING

Invändningsärende nr 2013/0119/0001

Hilmersson & Hansson Handelsbolag
Syltevägen 97
461 55 Trollhättan

Registrering nr 514112

INVÄNDARE

Göteborgs Friidrottsförbund
Box 12174
402 42 GÖTEBORG

OMBUD

MAQS Law Firm Advokatbyrå AB
Box 11918
404 39 Göteborg

INNEHAVARE

Hilmersson & Hansson Handelsbolag
Syltevägen 97
461 55 Trollhättan

BESLUT

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

ÄRENDET

Invändningen avser varumärket SLUSSVARVET med registreringsnummer 514112, registrerat för följande tjänster:

Klass 41: Arrangerande och anordnande av sportevenemang och tävlingar.

Invändaren yrkar att innehavarens märke ska upphävas och anför som grund att märket är förväxlingsbart med invändarens följande registrerade varumärken:

Varumärket VARVET med registreringsnummer 404185, registrerat för följande varor och tjänster:

Klass 16: Tidningar och magasin.

Klass 41: Sport och idrottsaktiviteter; utgivning av tidningar.

Varumärket GÖTEBORGSVARVET med registreringsnummer 404185, registrerat för följande varor och tjänster:

- Klass 3: Blekningspreparat och andra ämnen för användning vid tvätt; rengörings-, poler-, skur- och slipmedel; tvål; parfymer, eteriska oljor, kosmetika, hårvårdspreparat; tandpulver, -kräm och pastor.
- Klass 5: Farmaceutiska och veterinära preparat; hygieniska preparat för medicinska ändamål; dietiska substanser anpassade för medicinskt bruk, spädbarnsmat; plåster, förbandsmaterial; desinfektionsmedel.
- Klass 10: Ortopediska artiklar.
- Klass 16: Papper; kartong samt produkter därav, ej ingående i andra klasser; trycksaker; bokbinderimaterial; fotografier; pappersvaror (skriv- och kontorsmaterial); klister och lim för pappersvaror och hushållsändamål; konstnärsmaterial; målarpenslar; skrivmaskiner och kontorsförnödenheter (ej möbler); instruktions- och undervisningsmaterial (ej apparater); plastmaterial för emballering (ej ingående i andra klasser); trycktyper; klichéer.
- Klass 18: Läder och läderimitationer, samt varor framställda av dessa material och ej ingående i andra klasser; djurhudar och pälskinn, koffertar och resväskor; paraplyer, parasoller och promenadkäppar.
- Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader.
- Klass 28: Spel och leksaker; gymnastik- och sportartiklar, ej ingående i andra klasser; julgransprydnader.
- Klass 29: Kött, fisk, fjäderfä och vilt; köttextrakt; konserverade, frysta, torkade och tillagade frukter och grönsaker; geléer, sylter, fruktkompotter; ägg, mjölk och mjölkprodukter; ätliga oljor och fetter.
- Klass 30: Kaffe, te, kakao, socker, ris, tapioka, sagogryn, kaffeersättning; mjöl och näringspreparat tillverkade av spannmål, bröd, konditorivaror och godsaker, glass, honung, sirap; jäst, bakpulver, salt, senap, vinäger, såser (smaktillsatser); kryddor; is.
- Klass 31: Jordbruks-, trädgårds- och skogsbruksprodukter samt spannmål, ej ingående i andra klasser; levande djur; färska frukter och grönsaker; fröer och utsäden, levande plantor, växter och blommor; djurfoder, malt.
- Klass 32: Öl; mineral- och kolsyrat vatten samt andra icke alkoholhaltiga drycker; fruktdrycker och -juicer; safter och andra koncentrat/preparat för framställning av drycker.
- Klass 39: Transport; emballering/paketering och förvaring av gods; anordnande av resor.
- Klass 41: Undervisning/utbildning; anordnande av handledning/instruktion; underhållning; sport- och idrottsaktiviteter, kulturverksamhet; utgivning av tidningar.
- Klass 43: Utskänkning av mat och dryck; kortvarigt boende.

Klass 44: Medicinska tjänster; hygienisk vård och skönhetsvård för människor.

Som ytterligare grund för att innehavarens märke ska upphävas anför invändaren att märket är förväxlingsbart med invändarens inarbetade kännetecken VARVET, och som det får förstås, med invändarens inarbetade kännetecken GÖTEBORGSVARVET.

Som vidare grund för att innehavarens märke ska upphävas anför invändaren att dennes märken VARVET och GÖTEBORGSVARVET är väl ansedda och att användningen av innehavarens märke skulle dra otillbörlig fördel av eller vara till skada för varukännetecknens särskiljningsförmåga eller anseende.

Som ytterligare grund för att innehavarens märke ska upphävas anför invändaren att innehavarens märke är förväxlingsbart med kännetecknen VARVET och GÖTEBORGSVARVET som invändaren använde vid tidpunkten för ansökan och att innehavaren har varit i ond tro.

Till stöd för sin invändning anför invändaren i huvudsak följande. Det föreligger tjänsteslagidentitet eller -likhet mellan innehavarens märke och invändarens märken. Innehavarens märke SLUSSVARVET innehåller hela invändarens märke VARVET tillsammans med ordet SLUSS. Orddelen VARVET utgör den särskiljande och mest framträdande delen i märket. Ordet SLUSS är endast av beskrivande natur. Ordet *varv* med bestämd form *varvet* har enligt Svenska Akademiens ordlista betydelserna *cirke Rörelse tillbaka, omgång, samt anläggning för bygge och reparation av fartyg*. VARVET är således ingen vedertagen beteckning för motionslopp eller löpartävlingar, och ordet har således stark särskiljningsförmåga för de aktuella tjänsterna. PRV har registrerat varumärkena nr. 404186 VARVET, nr. 41499 GÖTEBORGSVARVET och nr. 357092 VÄTTERNRUNDAN utan någon anmärkning om bristande särskiljningsförmåga. Invändaren innehar det registrerade varumärket VARVET med nr. 404186, men även bland annat följande varumärken med följande registreringsnummer, som innehåller ordet VARVET: nr. 414099 GÖTEBORGSVARVET, nr. 367970 LILLA GÖTEBORGS VARVET, i figur, nr. 367976, 21 KM GÖTEBORGS VARVET, i figur, nr. 398828MINI GÖTEBORGSVARVET, i figur, nr. 398829SPECIAL GÖTEBORGSVARVET, i figur, nr. 398833 STAV GÖTEBORGSVARVET, nr. 400026 SKOLVARVET, och nr. 400659 MELLAN GÖTEBORGSVARVET. Invändaren har arrangerat GÖTEBORGSVARVET sedan 1980 och det är idag världens största halvmaraton. I dagligt tal används begreppet VARVET av omsättningskretsen och dagspressen för just löpartävlingen GÖTEBORGSVARVET. Invändaren har en inarbetad rätt till ordet VARVET. Varumärket VARVET är väl känt, då det är känt inom en betydande del av omsättningskretsen. Efter att invändaren upptäckt att innehavaren använt sig av märket SLUSSVARVET kontaktade invändaren innehavaren. Invändaren upplyste då innehavaren om sina rättigheter till varumärket VARVET, och uppmanade innehavaren att välja ett annat varumärke för att upphöra med intrånget. Samma dag lämnade innehavaren in sin ansökan om registrering av märket SLUSSVARVET. Märket användes av invändaren vid tidpunkten för innehavarens ansökan, vilket innehavaren kände till. Innehavaren har således lämnat in sin ansökan i ond tro.

Till stöd för sin invändning har invändaren ingivit material i form av ett utdrag från Svenska Akademiens ordlista, ett utdrag från Nationalencyklopedin, nyhetsbrev från invändaren, artiklar från dagstidningar, ett utdrag ur marknadsundersökningen "Motionsnavigatorn

2013”, utdrag från hemsidor, ett e-postmeddelande från användaren till innehavaren av den 29 april 2013, ett TV-klipp från SvT Play, samt blogginlägg.

Innehavaren av varumärket bestrider invändningen och anför i huvudsak följande. Slussvarvet arrangerades för första gången i augusti 2013. SLUSSVARVET skiljer sig från GÖTEBORGSVARVET genom geografiska faktorer, det faktum att GÖTEBORGSVARVET skriver VARVET med stort V, samt genom att märkena har olika färgsättningar. Det finns en stor mängd lopp utan koppling till användaren som innehåller ordet VARVET. Ordet SLUSS är det centrala ordet i innehavarens märke till följd av att loppet hålls i slussmiljö på Slussdagen.

SKÄL

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 3 varumärkeslagen, även ett varukännetecken som är inarbetat, om det inarbetade skyddet gäller inom en väsentlig del av landet.

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 genomsnittskonsumenten 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).

Utgångspunkten vid bedömningen är att den berörda produktkategoriens genomsnittskonsument är normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst. Det ska dock även beaktas att genomsnittskonsumentens uppmärksamhetsgrad kan variera beroende på den aktuella varu- eller tjänstekategorin (se 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).

När en invändning mot ett varumärke baseras på flera äldre varumärken och dessa varumärken har särdrag som ger anledning att betrakta dem som en enda ”serie” eller ”familj”, kan en förväxlingsrisk uppkomma genom att det ifrågasatta varumärket och de

äldre varumärkena som ingår i serien kan associeras med varandra. Innehavaren av en serie äldre registreringar måste styrka användningen av alla varumärken som ingår i serien eller åtminstone ett antal varumärken som kan utgöra en ”serie”. Vidare måste det sökta varumärket inte bara likna varumärkena som ingår i serien, utan också ha särdrag som kan medföra att det associeras med serien. Om den som framställer en invändning har bevisat att det finns en varumärkesfamilj ska det sökta varumärket och familjen som helhet jämföras. Om det konstateras att den som framställer en invändning har en varumärkesfamilj krävs det att minst tre varumärken används, vilket är den lägsta gränsen för att ett sådant argument ska beaktas. Bevis på användning av endast två varumärken kan inte styrka att det finns en varumärkesserie. Argumentet att det finns en ”varumärkesfamilj” behöver inte tas upp som en invändningsgrund i förfarandet, men det kan beaktas som ytterligare omständigheter, bevis och argument.

Av 2 kap. 8 § första stycket 3 varumärkeslagen framgår att ett varumärke inte får registreras om det är identiskt med eller liknar ett äldre varukännetecken som är känt inom en betydande del av omsättningskretsen, och användningen av varumärket skulle dra otillbörlig fördel av eller utan skäl原因 anledning vara till skada för varukännetecknets särskiljningsförmåga eller anseende.

Vid bedömningen av om ett varukännetecken är känt inom en betydande del av omsättningskretsen ska samtliga relevanta omständigheter i ärendet beaktas, särskilt varumärkets marknadsandel, i hur stor omfattning det använts, i vilket geografiskt område och hur länge varumärket har använts, samt hur stora investeringar företaget har gjort för att marknadsföra varumärket (se EU- domstolens dom i mål C-375/97, ”Chevy”, punkt 27).

Enligt 2 kap. 8 § första stycket 4 varumärkeslagen får ett varumärke inte registreras om det kan förväxlas med ett kännetecken som användes här i landet eller i utlandet av någon annan vid tidpunkten för ansökan och som fortfarande används, om sökanden var i ond tro vid tidpunkten för ansökan.

PRV gör följande bedömning

Kännedomen om invändarens kännetecken

Invändaren har gjort gällande att dennes varumärken GÖTEBORGSVARVET och VARVET är väl ansedda och att det därmed förvärvat ett utökat skyddsomfång. Vidare har anförts att användningen av innehavarens varumärke skulle dra otillbörlig fördel av eller vara till skada för varukännetecknets särskiljningsförmåga eller anseende.

Invändaren har uppgivit att GöteborgsVarvet idag är världens största halvmaraton, och att varumärket GÖTEBORGSVARVET har använts sedan år 1980 med avseende på sport- och idrottsaktiviteter. Riktigheten i dessa uppgifter stöds av material som invändaren givit in samt av PRV:s egna efterforskningar på internet och bestrids inte heller av innehavaren. Invändaren har presenterat en marknadsundersökning avseende märket GÖTEBORGSVARVET. I undersökningen sägs att undersökningen bygger på en riksrepresentativ marknadsundersökning i befolkningen från 18 år och uppåt och att datamaterialet har vägts utifrån kön, ålder och region. Av undersökningen framgår emellertid inte hur antalet respondenter varit fördelat mellan dessa grupper. Av undersökningen framgår att respondenterna valts ut genom utskick av 2600 mejl med 1000 svarande. Det framgår emellertid inte om gruppen av 2600 personer valts ut slumpmässigt eller satts samman genom att personerna själva anmält sig till gruppen. Det framgår att bortfallet av

personer som inte besvarat undersökningen (1600 av 2600 personer) varit så hög som 62 %. Sammantaget är det inte säkerställt att undersökningens respondenter utgör en representativ del av omsättningskretsen. Undersökningen visar inte heller att omsättningskretsen betraktar GÖTEBORGSVARVET som en markör av kommersiellt ursprung snarare än en beteckning som får användas fritt av envar. Invändaren har inte heller presenterat någon utredning som visar hur stora investeringar som har gjorts för att marknadsföra märket GÖTEBORGSVVARVET eller några uppgifter om hur stor marknadsandel som de varor och tjänster som tillhandahålls under märkena har. Vid en sammantagen bedömning kan vad invändaren anfört inte läggas till grund för någon säker slutsats att märket är känt inom en betydande del av omsättningskretsen för några av de aktuella varorna eller tjänsterna. Emellertid får det invändaren anfört anses visa att varumärket GÖTEBORGSVARVET har varit i bruk under en längre tidsperiod med en viss styrka vad gäller exponering och geografisk spridning. Mot denna bakgrund finner PRV att varumärket GÖTEBORGSVARVET åtnjuter en något förstärkt känneteckenskraft i förhållande till tjänsten anordnande av löptävlingar. Detta är en omständighet som ska beaktas vid förväxlingsbedömningen.

Invändaren har inte presenterat någon marknadsundersökning avseende varumärket VARVET. De återopade tidningsartiklarna ger inte stöd för att beteckningen VARVET är ett för invändaren väl ansett kännetecken i omsättningskretsen. Det faktum att journalister använder en förkortad variant av det långa namnet GÖTEBORGSVARVET visar inte att VARVET är ett välkänt kännetecken för invändaren i omsättningskretsen. Vidare behandlar artiklarna inte frågan om kännedomen av varumärket VARVET som ett kännetecken och ordet VARVET används inte heller som ett kännetecken i artiklarna. Vidare har invändaren inte presenterat någon utredning som visar hur stora investeringar som har gjorts för att marknadsföra märket VARVET. Inte heller finns någon utredning om hur stor marknadsandel som de varor och tjänster som tillhandahålls under märkena har, eller i vilken utsträckning omsättningskretsen betraktar märket som ett kännetecken. Vid en samlad bedömning finner PRV att det material som presenterats inte kan läggas till grund för slutsatsen att märket VARVET är känt inom en betydande del av omsättningskretsen för några av de aktuella varorna eller tjänsterna. Vad invändaren har anfört ger inte heller stöd för att märket skulle ha förvärvat förstärkt känneteckenskraft såvitt avser några av de varor eller tjänster som registreringen avser. Frågan om förväxling ska följaktligen bedömas med utgångspunkt i det skydd som genom märkets ursprungliga känneteckenskraft följer av registreringen.

Inarbetning

Eftersom invändarens märken VARVET och GÖTEBORGSVARVET inte är kända inom en betydande del av omsättningskretsen för några varor eller tjänster kan de inte heller utgöra inarbetade rättigheter för invändaren för några varor eller tjänster.

Serieskydd

Invändaren har styrkt användning av två varumärken, nämligen GÖTEBORGSVARVET och VARVET. För att serieskydd ska kunna bli aktuellt måste invändaren ha styrkt användning i förhållande till minst tre varumärken i en varumärkesfamilj. Av detta följer att invändaren inte har styrkt att denne innehar ett serieskydd. Det ska därför göras en normal förväxlingsbedömning i detta ärende. Således ska innehavarens märke jämföras med invändarens återopade märken var för sig.

Tjänsteslagslikhet

Det föreligger identitet mellan tjänsterna *arrangerande och anordnande av sportevenemang och tävlingar*, som innehavarens märke avser i klass 41, och tjänsterna sport- och idrottsaktiviteter som invändarens märken avser i samma klass

Märkeslikhet

De kännetecknen som ska jämföras är följande:

Invändarens märken:

Innehavarens märke:

VARVET	SLUSSVARVET
GÖTEBORGSVARVET	

Bedömningen av märkenas förväxlingsbarhet, inbegripet deras visuella, fonetiska och begreppsmässiga likheter, ska ske med utgångspunkt i uppfattningen hos genomsnittskonsumenten av den kategori av varor eller tjänster som avses. I förevarande fall riktar sig de tjänster där identitet eller likhet har konstaterats till konsumenter i allmänhet, men även till professionella aktörer som grossister, näringsidkare och företagskunder.

Invändarens märke VARVET ingår i sin helhet i innehavarens märke SLUSSVARVET. Ordet framträder tydligt i innehavarens märke. Sammantaget föreligger en visuell och fonetisk likhet mellan dessa märken. Innehavarens märke uppvisar däremot endast en låg grad av visuell och fonetisk likhet i förhållande till invändarens märke GÖTEBORGSVARVET.

Märkesdelen SLUSS i innehavarens märke, vilken har betydelsen *bassängliknande anordning för lyftning eller sänkning av fartyg från en vattennivå till en annan* (Norstedts svenska ordbok, nätversionen, åtkomst 2015-02-13), saknar en begreppsmässig motsvarighet i invändarens märke. Även om samtliga motstående märken innehåller märkesdelen VARVET skiljer sig de motstående märkenas helhetsbetydelser tydligt från varandra. Sammantaget är de motstående märkena begreppsmässigt olika.

Vid en sammantagen bedömning av de visuella och fonetiska likheterna och de begreppsmässiga skillnaderna föreligger en inte oväsentlig grad av likhet mellan de motstående märkena VARVET och SLUSSVARVET.

Vid en sammantagen bedömning av den låga graden och av visuell och fonetiska likhet och de begreppsmässiga skillnaderna föreligger endast en låg grad av likhet mellan de motstående märkena GÖTEBORGSVARVET och SLUSSVARVET.

Ordet VARVET i invändarens märken har bland annat betydelsen *mer eller mindre cirkelformig rörelse som leder tillbaka till utgångspunkten* (Norstedts svenska ordbok, nätversionen, åtkomst 2015-02-13). Invändarens tjänster omfattar bland annat sport och idrottsaktiviteter. Dessa tjänster inbegriper bland annat tävlingar i form av lopp, vars sträckning ofta är i form av ett varv. Ordet GÖTEBORG utgör en geografisk bestämning. Vid en sammantagen bedömning finner PRV att båda invändarens återopade märken VARVET och GÖTEBORGSVARVET har en grad av ursprunglig särskiljningsförmåga som är lägre än normalgraden.

Vad gäller förhållandet mellan de motstående märkena VARVET och SLUSSVARVET finner PRV vid en helhetsbedömning av samtliga ovan anförda omständigheter, med särskilt beaktande av de begreppsmässiga skillnaderna mellan märkena, och den begränsade särskiljningsförmågan hos märkesordet VARVET, att de motstående märkena, trots föreliggande tjänsteslagsidentitet, inte är förväxlingsbara.

Vad sedan gäller förhållandet mellan de motstående märkena GÖTEBORGSVARVET och SLUSSVARVET gör PRV följande bedömning. Det har ovan konstaterats att invändarens märke till följd av sin språkliga betydelse har en ursprunglig särskiljningsförmåga som är lägre än normalgraden. Det har vidare konstaterats att särskiljningsförmågan hos invändarens märke till följd av användning i någon grad förstärkts i förhållande till tjänsten anordnande av löptävlingar. Detta innebär dock enbart en förstärkning av den ursprungliga särskiljningsförmågan som i detta fall är lägre än den normala. PRV finner i förevarande fall att invändarens märke genom kombinationen av å ena sidan en ursprunglig särskiljningsförmåga som är lägre än normalgraden, och å andra sidan en förstärkning av särskiljningsförmågan genom användning, medför att invändarens märke sammantaget har en särskiljningsförmåga av normalgraden i förhållande till tjänsten anordnande av löptävlingar.

Vid en helhetsbedömning av samtliga ovan anförda omständigheter, finner PRV, med särskilt beaktande av den låga graden av visuell och fonetisk likhet, och det faktum att märkena är begreppsmässigt olika, att de motstående märkena GÖTEBORGSVARVET och SLUSSVARVET, trots föreliggande tjänsteslagsidentitet, inte är förväxlingsbara.

I sin invändning har invändaren även omnämnt sina varumärken LILLA GÖTEBORGS VARVET, i figur, med registreringsnummer 367970, 21 KM GÖTEBORGS VARVET, i figur, med registreringsnummer 367976, MINI GÖTEBORGSVARVET, i figur, med registreringsnummer 398828, SPECIAL GÖTEBORGSVARVET, i figur, med registreringsnummer 398829, STAV GÖTEBORGSVARVET, med registreringsnummer 398833, SKOLVARVET, med registreringsnummer 400026, och MELLAN GÖTEBORGSVARVET med registreringsnummer 400659. Invändaren har inte uttryckligen anført dessa märken som grund för upphävande av invändarens märke. För det fall att de ända skulle betraktas som anförda förväxlingsgrunder konstaterar PRV att dessa märken skiljer sig än mer från innehavarens märken, varför inte heller dessa utgör hinder mot innehavarens registrering.

Ond tro

Eftersom den av invändaren påstådda användningen inte avser kännetecken som är förväxlingsbara med innehavarens registrering kan innehavarens varumärke inte upphävas med stöd av 2 kap. 8 § första stycket 4 varumärkeslagen.

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

Beslutat 2015-02-13

André Bosse

Christofer Lindqvist

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.