

Invändningsärende nr 2014/0004/0001

Jansson & Norin AB  
Karl Gustavsgatan 1A  
411 25 Göteborg

Registrering nr 515224

**INVÄNDARE**

Repono Holding AB  
106 40 Stockholm

**OMBUD**

Tomas Pleiner, Karim Kheddache  
A1 Advokater KB  
Riddargatan 13 A  
114 51 Stockholm

**INNEHAVARE**

Tryggsam i Sverige AB  
Sibyllegatan 81 BV  
114 43 Stockholm

**OMBUD**

Jansson & Norin AB  
Karl Gustavsgatan 1A  
411 25 Göteborg

---

**BESLUT**

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

**ÄRENDET**

Invändningen avser varumärket TRYGGSAM med registreringsnummer 515224, registrerat för följande varor och tjänster:

- Klass 5: Plåster, förbandsmaterial; adhesiva förbandsremсор (medicinska); bindor till förband; elastiska bandage [förband]; elastiska förband; förbandslådor för första hjälpen (fyllda); gasbinda till förband; tryckbandage [förband]; förband (kirurgiska -); förband (medicinska).
- Klass 10: Skyddshandskar för användning av personer som arbetar inom sjukvård; skyddsmasker för personer som arbetar inom sjukvården; draglakan för sjuksängar; handskar för användning på sjukhus; madrasser till sjukhuspatientbårar; pincetter för sjuksköterskor; sjukhusbårar; formande förband; ortopediska förband; triangulära förband [stödjande].

- Klass 35: Anordnande av abonnemang till telekommunikationstjänster (för andra); reklam och sales promotion avseende varor och tjänster som offererats och beställts via telekommunikation eller på elektronisk väg.
- Klass 36: Bedrivande av försäkringsverksamhet i form av säkerheter och garantier; försäkring av byggnader; försäkring avseende fastigheter; försäkringar; försäkringsförmedling; försäkringskonsultation; försäkringsrådgivning; försäkringstjänster avseende egendom; försäkringstjänster avseende fastigheter; försäkringsverksamhet; försäkringsverksamhet avseende husinventarier; förvaltning av försäkringar; hantering av försäkringsanspråk; rådgivning avseende försäkring.
- Klass 38: Dataöverföringstjänster via telekommunikationsnät; drift av ett telekommunikationsnät; kommunikation av data med hjälp av telekommunikation; leasing av telekommunikationsapparater; mobila telekommunikationsnättjänster; telefon- och telekommunikationstjänster; telekommunikationstjänster; uthyrning av apparater och utrustning för telekommunikation.
- Klass 41: Instruktionskurser rörande hälsa; undervisning/utbildning relaterad till hälsa; utbildning relaterad till hälsa.
- Klass44: Information och rådgivning avseende hälsa; professionella konsultationer avseende hälsa; rådgivningstjänster avseende hälsa.
- Klass 45: Information avseende hälsa (arbetskydd); konsulttjänster avseende hälsa (arbetskydd).

Invändaren yrkar att innehavarens registrering ska upphävas för samtliga tjänster den avser i klass 36 och anför som grund att märket är förväxlingsbart med invändarens varumärke TRYGG med registreringsnummer 326498, registrerat för följande tjänster:

- Klass 36: Försäkringsverksamhet och finansiell verksamhet, däri inbegripet förvaltning och mäklari av investeringsfonder, aktier och fastigheter; kapitalinvestering, kreditutredningar, finansiell och skatteteknisk rådgivning; finansiella beräkningar; utställande av checkar, kreditbrev, försäkringsbrev och finansiella värdehandlingar, betal-, konto- och kreditkort.

Som ytterligare grund för att innehavarens registrering ska upphävas enligt ovan anför invändaren att märket är ägnat att vilseleda allmänheten.

Innehavaren bestrider grunderna för invändningen.

#### *Invändarens utveckling av talan*

Till stöd för sin invändning anför invändaren i huvudsak följande. Det föreligger tjänsteslagsidentitet mellan de motstående märkena. Det föreligger vidare en visuell, fonetisk och begreppsmässig likhet mellan märkena. Sammantaget liknar märkena varandra i hög grad. Invändarens varumärke TRYGG används av andra bolag i invändarens koncern. Invändarens varumärke TRYGG har använts under mycket lång tid för

försäkringsverksamhet och finansiell verksamhet. Det har en hög grad av ursprunglig särskiljningsförmåga, och denna har förstärkts ytterligare genom användning. Omsättningskretsen måste anses vara allmänheten som sådan och kan därför inte betecknas som tämligen uppmärksam. Innehavarens varumärke TRYGGSAM är ägnat att vilseleda allmänheten i fråga om tjänsternas kommersiella ursprung, särskilt som det ger associationer att det är en blandning av TRYGG och FOLKSAM, vilka båda är registrerade varumärken för bland annat försäkringsverksamhet.

Till stöd för invändning har invändaren givit in följande material:

- Informationsmaterial om livförsäkringarna Trygg, TryggPlan och Trygg Liv.
- Tribunalens dom i mål T-237/11 av den 15 januari 2013.

#### *Innehavarens utveckling av bestridandet*

Till stöd för sitt bestridande anför innehavaren i huvudsak följande. Den märkesgemensamma beståndsdelen TRYGG är mycket vanligt förekommande vid marknadsföring, försäljning och beskrivning av försäkringstjänster. Detta innebär att begreppet TRYGG endast i en ytterst begränsad omfattning, om ens någon, upplyser konsumenten om försäkringstjänsternas kommersiella ursprung. Det har därför en mycket svag särskiljningsförmåga och äger ett väldigt snävt skyddsomfång. Varumärket TRYGG har inte genom användning erhållit någon högre särskiljningsförmåga. Förväxlingsrisk mellan de motstående märkena föreligger ej.

Till stöd för sitt bestridande har innehavaren givit in följande material:

- Patentbesvärslättens dom i de förenade målen nummer 12-045 och 12-046, TRYGGSPAR, av den 21 februari 2014.

#### **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.

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 förvärvat, 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).

Enligt 2 kap. 7 § första stycket 4 varumärkeslagen får ett varumärke inte registreras om det är ägnat att vilseleda allmänheten i fråga om varans eller tjänstens art, kvalitet, geografiska ursprung eller någon annan omständighet.

#### *PRV gör följande bedömning*

Inledningsvis konstaterar PRV att invändarens invändning endast riktar sig mot de tjänster som innehavarens märke avser i klass 36.

#### *Vilseledande*

Ett vilseledande i varumärkesrättslig mening är för handen i de fall märket är ägnat att vilseleda allmänheten i fråga om varans eller tjänstens art, kvalitet, geografiska ursprung eller någon annan omständighet. Ett vilseledande med avseende på vissa egenskaper uppstår genom kopplingen mellan märket och de varor eller tjänster som omfattas av registreringen. Däremot förutsätter vilseledande med avseende på kommersiellt ursprung i praktiken att märket används på ett sätt som gör marknadsföringen otillbörlig. Utrymmet för att i samband med registreringsförfarandet bedöma huruvida ett märke är vilseledande med avseende på kommersiellt ursprung är därför begränsat.

Det invändaren har anfört om att det skulle finnas likheter mellan märkena TRYGG och TRYGGSAM, som i sin tur skulle kunna leda till förväxling, är inte en sådan omständighet som medför att märket är vilseledande angående det kommersiella ursprunget i den mening som avses i 2 kap 7 § varumärkeslagen. Det föreligger inte heller några sådana omständigheter som gör att märket skulle vara vilseledande vad gäller tjänsternas egenskaper. Beträffande frågan om vilseledande varumärken, se Patentbesvärslagens dom i mål 10-150 (Pilsner Södertälje Bryggeri Aktiebolag Södertälje, i figur).

#### *Förväxling*

Inledningsvis konstaterar PRV att det invändaren anfört, och den bevisning som åberopats, inte ger stöd för att varumärket TRYGG genom dess användning har förvärvat en förstärkt känneteckenskraft. Frågan om förväxling ska följaktligen bedömas med utgångspunkt i det skydd som genom märkets ursprungliga känneteckenskraft följer av registreringen.

Samtliga de tjänster som innehavarens märke avser i klass 36 faller inom tjänstekategorin *försäkringsverksamhet och finansiell verksamhet*, som invändarens märke avser i samma klass. De motstående märkena avser därmed identiska tjänster.

Invändarens märke består av lydelsen TRYGG och innehavarens märke av lydelsen TRYGGSAM. Märkena skiljer sig åt visuellt och fonetiskt genom att innehavarens märke innehåller efterledet –SAM. Sammantaget föreligger dock en hög grad av visuell och fonetisk likhet mellan märkena genom den gemensamma märkesdelen TRYGG.

TRYGG är ett adjektiv som betyder ”fri från oroande eller hotande inslag om företeelse som utgör en del av människans omgivning e.d.” (Nationalencyklopedins nätupplaga, Svensk ordbok, åtkomst 2015-04-13). Tillägget –SAM i innehavarens märke medför inte att innehavarens märke ger upphov till väsentligen annorlunda associationer än vad invändarens märke gör. Märkena är därför i hög grad begreppsmässigt lika.

Sammantaget kan en hög grad av märkeslikhet konstateras. Att beakta är dock att den gemensamma bestånds delen TRYGG är beskrivande för de aktuella tjänsterna i klass 36, då ordet ”trygg” kan användas för att beskriva egenskaper hos tjänsterna på så sätt att det förmedlar en viss kvalitet, dvs. att kunden kan känna sig trygg med tjänsterna.

Märkesordet TRYGG i invändarens märke kan, som nyss anförts, användas för att beskriva vissa egenskaper hos samtliga tjänster i klass 36 som registreringen avser. Eftersom de aktuella tjänsterna i klass 36 är av ekonomisk karaktär, vill kunden kunna förlita sig på att tjänsterna inte kommer att påverka deras ekonomi negativt och att de är försäkrade mot ekonomiska konsekvenser som kan följa av skada på egendom eller i samband med olycksfall, dvs. att kunden vill kunna känna sig trygg med tjänsterna som tillhandahålls. Märkesordet TRYGG kan därför likställas med ett värdeomdöme om tjänsterna och förmedlar därmed en viss kvalitet på tjänsterna, dvs. att kunden kan känna sig trygg med tjänsterna. Med hänsyn härtill är märkets ursprungliga särskiljningsförmåga begränsad.

Det måste även beaktas att genomsnittskonsumerten är särskilt uppmärksam vid köp av finansiella tjänster, i synnerhet med beaktande av de ekonomiska konsekvenser som kan följa av sådana köp, jfr Tribunalens dom i mål T-563/08, ”CARBON CAPITAL MARKETS”, punkterna 33 och 61.

Vid en samlad bedömning finner PRV, med särskilt beaktande av det begränsade skyddsomfånget för det äldre märket och den förhöjda uppmärksamhetsgraden hos genomsnittskonsumerten, att de både märkena, trots föreliggande tjänsteslagsidentitet, inte ska anses vara förväxlingsbara.

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

Beslutat 2015-04-22

---

Nina Isaksson

---

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.