

Invändningsärende nr 2014/0075/0001

Groth & Co KB  
Box 6107  
102 32 Stockholm

Registrering nr 518112

**INVÄNDARE**

True Camp Sweden AB  
Ludvikavägen 45  
770 10 Fredriksberg

**OMBUD**

BRANN AB  
Box 12246  
102 26 Stockholm

**INNEHAVARE**

SkiStar AB (publ)  
Box 7322  
103 90 Stockholm

**OMBUD**

Groth & Co KB  
Box 6107  
102 32 Stockholm

---

**BESLUT**

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

**ÄRENDET**

Invändningen avser varumärket SNOWCAMP med registreringsnummer 518112, registrerat för följande varor och tjänster:

- Klass 16: Papper, kartong samt produkter därav.
- Klass 25: Kläder.
- Klass 28: Sportartiklar.
- Klass 35: Reklam och marknadsföring nämligen direktmarknadsföring.
- Klass 41: Sport- och idrottsevenemang; sportträning; sportaktiviteter; utbildning/instruktion; konferenser; tävlingar och underhållning.

Klass 43. Utskänkning mat, dryck, kortvarigt boende.

Invändaren yrkar att innehavarens registrering ska upphävas och anför som grund att märket saknar för registrering erforderlig särskiljningsförmåga.

Som ytterligare grund för att innehavarens registrering ska upphävas anför invändaren, som det får förstås, att märket är förväxlingsbart med invändarens firma SNOWCAMPS IF, med organisationsnummer 802553-1397. Invändaren har inte presenterat någon verksamhetsbeskrivning för firman.

Som ytterligare grund för innehavarens märke ska upphävas anför invändaren att märket är ägnat att uppfattas som invändarens firma SNOWCAMPS IF.

Som slutlig grund för att innehavarens registrering ska upphävas anför invändaren att märket är förväxlingsbart med kännetecknet SNOWCAMP som invändaren använde vid tidpunkten för ansökan och att innehavaren har varit i ond tro.

Innehavaren, som beretts tillfälle att yttra sig, anför endast att denne avser att låta PRV avgöra invändningsärendet utan att yttra sig.

#### *Invändarens utveckling av talan*

Till stöd för sin invändning anför invändaren i huvudsak följande. SNOWCAMP kan översättas med snöläger eller läger på snö. De sökta tjänsterna kan bedrivas inom ramen för snöläger och märket är därmed beskrivande. En sökning på *snowcamp* på Google ger ca 352 000 träffar. Det finns ett frihållningsbehov för märket.

Invändarens grundare och VD Andreas Larsson arbetade i åtta år som skidlärare och sedermera skidskolechef hos innehavaren. I ledningsgruppen för den utbildning han ansvarade för satt representanter från invändaren. Han har registrerat domännamnet *snowcamp.se* och bildat idrottsföreningen Snowcamp IF. Idrottsföreningen är jämställd med firma varför innehavarens märke är ägnat att uppfattas som annans firma. Han har under åren 2008/2009 offererat sommarträningsveckor till flera av de anläggningar som ägs av innehavaren. Mer än hälften av dagens instruktörer på SNOWCAMP är eller har varit anställda av innehavaren. SNOWCAMP är ett känt varumärke bland skidåkare. Märket har använts långt innan innehavaren gav in sin ansökan. Han har använt märket inom ramen för bolaget Ningit AB. Invändaren, True Camp Sweden AB, bildades i januari 2012. Styrelsens ordförande Per Wester kom från innehavaren, där han var sälj- och marknadschef. Invändaren har använt märket innan innehavaren gav in sin ansökan. Innehavaren har mottagit offerter från Andreas Lundgren där märket SNOWCAMP används. Invändaren har annonserat *snowcamp.se* på Skandinavians största skidsajt *Freeride.se*.

Till stöd för sin invändning har invändaren givit in följande material:

- Utdrag från Näringslivsregistret avseende True Camp Sweden AB.
- Utdrag från idrottonline, som visar föreningsnamnet Snowcamps IF.
- Offerter från Andreas Larsson där domännamnet *snowcamp.se* förekommer.
- Utskrift från *snowcamp.se*.
- Betalning genom internetbank avseende *snowcamp*.

- Rekommendationsbrev utfärdat av snowcamp.se.
- Fakturor utställda av TCM Nordic där märket SNOWCAMP förekommer.
- Utdrag från Näringslivsregistret avseende True Camp Sweden AB.
- Utskrifter från webbsidorna freeride.se, dalasportsacademy.se, teknikdalen.se, snowcamp.se och dt.se.
- Fakturor utställda av True Camp AB där märket SNOWCAMP förekommer.

## 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.

Bestämmelsen i 1 kap 5 § och 2 kap 5 § varumärkeslagen motsvarar artikel 3.1 a-d i varumärkesdirektivet (2008/95/EG) och förutsätter en direktivenlig tillämpning. I direktivet görs en uppdelning mellan varumärken som saknar särskiljningsförmåga respektive sådana märken som är beskrivande, det vill säga varumärken som endast består av tecken eller upplysningar som kan användas för att beskriva vissa egenskaper hos varorna eller tjänsterna.

När det gäller att bedöma varumärkets beskrivande karaktär ska det fastställas om det ur målgruppens synpunkt finns ett tillräckligt direkt och konkret samband mellan uttrycket och de varor eller tjänster som ansökan avser (jfr Förstainstansrättens dom i mål T-311/02, ”LIMO”, punkt 30).

Enligt EU-domstolens rättspraxis medför omständigheten att ett ordmärke är beskrivande för vissa varor eller tjänster att varumärket även saknar särskiljningsförmåga för dessa varor eller tjänster (se bl.a. EU-domstolens dom i mål C-265/00, ”BIOMILD”, punkt 19 samt i mål C-363/99, ”POSTKANTOOR”, punkt 86). 4(6)

Enligt 1 kap 5 § tredje stycket varumärkeslagen ska, vid bedömningen av om ett varukännetecken har särskiljningsförmåga, hänsyn tas till att det kan förvärva förmågan genom användning.

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.

Av 2 kap. 9 § andra punkten varumärkeslagen framgår att de hinder som avses i 2 kap. 8 § första stycket 1-3 ska gälla på motsvarande sätt i fråga om en registrerad firma som används i näringsverksamhet.

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).

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.

Enligt 2 kap. 10 § 1 p. varumärkeslagen får ett varumärke inte registreras om det innehåller eller består av något som är ägnat att uppfattas som någon annans firma.

*PRV gör följande bedömning*

*Särskiljningsförmåga*

Innehavarens märke utgörs av ordet SNOWCAMP. Ordet förefaller inte förekomma i något lexikon. Ordet är uppbyggt av beståndsdelarna SNOW och CAMP med betydelseerna *snö* respektive *läger* (Norstedts engelsk-svenska ordbok, nätversionen, åtkomst 2015-04-21). Följaktligen är ordets helhetsbetydelse *snöläger*. Innehavarens märke är registrerat för varorna *papper, kartong samt produkter därav*, i klass 16, *kläder* i klass 25, *sportartiklar i klass 28*, och tjänsterna *reklam och marknadsföring nämligen direktmarknadsföring*, i klass 35, och *sport- och idrottsevenemang; sportträning; sportaktiviteter; utbildning/instruktion; konferenser; tävlingar och underhållning*, i klass 41. Innehavarens märke SNOWCAMP kan leda tankarna till vissa av de varor och tjänster som varumärket avser. PRV finner emellertid inget stöd för slutsatsen att märket visar varans eller tjänstens avsedda användning eller andra egenskaper eller i dagligt språkbruk eller enligt branschens vedertagna handelsbruk kommit att bli en sedvanlig beteckning för någon av de varor eller tjänster som innehavarens märke avser. Innehavarens registrering kan således inte upphävas på den grunden att det skulle sakna för registrering erforderlig särskiljningsförmåga.

### *Ond tro*

Inledningsvis konstaterar PRV att innehavarens märke SNOWCAMP och användarens återopade kännetecken SNOWCAMP är identiska. Det får även förstås att användaren gör gällande att de avser identiska varor och tjänster. De motstående kännetecknen är således förväxlingsbara.

Bestämmelsen i 2 kap. 8 § första stycket 4 varumärkeslagen ger ett skydd för den som använder ett kännetecken mot att någon annan, i ond tro, får registrera ett varumärke som kan förväxlas med detta kännetecken. Det fordras att det återopade kännetecknet användes vid tidpunkten för varumärkesansökan och att det alltjämt används. Bedömningen av om den som gett in varumärkesansökan varit i ond tro ska göras vid tidpunkten för ansökan (angående ond tro, se EU-domstolens avgörande i mål C-529/07, "Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG". En förutsättning för att det återopade kännetecknet ska kunna utgöra hinder mot innehavarens registrering är att kännetecknet, när registreringsansökan gavs in, användes för att marknadsföra varor eller tjänster av samma eller liknande slag som de som registreringen avser. Det åligger användaren att visa att sådan användning har skett.

Invändaren har som främsta bevis för användningen av sitt kännetecken ingivit offerter avseende skidläger, samt fakturor där märket SNOWCAMP i figurativ utformning förekommer. Fakturorna är från perioden 6 maj 2013 till 14 augusti 2013. Innehavaren gav in sin varumärkesansökan för SNOWCAMP den 27 september 2013. Tidpunkten för fakturorna ligger således nära tidpunkten för innehavarens ansökan, och i den mån fakturorna kan anses visa användning måste de anses visa att användaren använde sitt kännetecken vid den relevanta tidpunkten för innehavarens ansökan. I fakturorna beskrivs den fakturerade tjänsten som "Veckocamp (sön-sön)". Sammantaget får offerterna och fakturorna anses visa att användaren använt sitt märke för idrotts- och utbildningsaktiviteter.

Invändaren har som främsta bevis för att innehavaren vid tidpunkten för sin varumärkesansökan känt till användarens användning av kännetecknet SNOWCAMP anfört att många av de personer som idag är verksamma hos användaren tidigare varit verksamma hos innehavaren, samt att användarens användning av kännetecknet är välkänd i branschen. Någon objektiv bevisning för detta påstående har dock inte förevisats. Dessa påståenden styrker därmed inte med tydlighet att innehavaren vid tidpunkten för sin varumärkesansökan kände till användarens användning av kännetecknet. Inte heller i kombination med övrig bevisning kan användaren anses ha styrkt en sådan kännedom.

Därmed är det inte visat att innehavaren varit i ond tro vid tidpunkten för ansökan. Innehavarens registrering kan således inte upphävas med stöd av 2 kap. 8 § första stycket 4 varumärkeslagen.

### *Förväxling med användarens firma*

Invändaren har givit in en utskrift från webbsidan [www4.idrottsonline.se](http://www4.idrottsonline.se) där det framgår att det finns en skidklubb vid namn Snowcamps IF, som bildades 18 februari 2004 och med organisationsnummer 802453-1397. Invändaren uppger att föreningen är registrerad hos Svenska Skidförbundet. PRV har fått detta bekräftat av Svenska Skidförbundet. Av utskriften framgår inte någon verksamhetsbeskrivning för föreningen. Omfattningen av föreningens verksamhet ska därför tolkas restriktivt (jfr Patentbesvärsträttsens dom av den 28 maj 2010 i mål nummer 08-173, TENTEC). Det framgår inte heller någonting om i vilken

utsträckning firman ännu är verksam. Föreningen är ej registrerad hos Bolagsverket. Vid en sammantagen bedömning finner PRV att det saknas tillräcklig grund för att jämställa föreningen med en firma som kan utgöra registreringshinder för innehavarens märke enligt 2 kap. 8 § första stycket 2, och 2 kap. 9 § 2 p, varumärkeslagen. Innehavarens märke kan således inte upphävas på denna grund.

*Ägnad att uppfattas som invändarens firma*

För det fall att invändarens åberopade firma skulle vara att betrakta som en firma i den mening som avses i 2 kap. 10 § 1 p. varumärkeslagen gör PRV i frågan om innehavarens märke är ägnad att uppfattas som invändarens åberopade firma SNOWCAMPS IF.

Enligt 2 kap. 10 § 1 p. varumärkeslagen får ett varumärke inte registreras om det innehåller eller består av något som är ägnat att uppfattas som någon annans firma. Det finns inte någon avgränsning att bestämmelsen endast är tillämplig på exempelvis de fall där det råder varuslags- eller branschlikhet. För att bestämmelsen ska vara tillämplig krävs det att det sökta varumärket innehåller firman i oförändrat skick eller med obetydliga ändringar eller tillägg. Bestämmelsen torde användas relativt sällan (se SOU 1958:10 s. 285 och prop. 2009/10:255).

Det kan konstateras att det för bedömningen av om innehavarens märke SNOWCAMP är ägnad att uppfattas som invändarens åberopade firma SNOWCAMPS IF, saknar betydelse att det inte presenterats en betydlig verksamhetsbeskrivning för firman. Detta eftersom det enligt vad som anförts ovan inte finns något krav på varuslags- eller branschlikhet. Innehavarens märke utgörs av ordet SNOWCAMP medan invändarens åberopade firma utgörs av orden SNOWCAMPS IF. Innehavarens märke SNOWCAMP innehåller inte någon beståndsdel som på motsvarande sätt som IF i invändarens märke gör att märket genom det sätt på vilket det är uppbyggt är ägnat att uppfattas som annans firma. Vidare skiljer sig orden SNOWCAMP och SNOWCAMPS åt i begränsad utsträckning genom avsaknaden av slutbokstaven S i innehavarens märke. Vid en sammantagen bedömning, finner PRV, med beaktande av den restriktivitet med vilket stadgandet enligt ovan anförda förarbetsuttalanden ska tillämpas, att innehavarens märke SNOWCAMP inte är ägnad att uppfattas som invändarens åberopade firma SNOWCAMPS IF. Innehavarens märke kan således inte upphävas på denna grund.

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

Beslutat 2015-04-29

---

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.