

Patentbesvärsrätten

c/o PRV (Patent- och registreringsverket)
Box 530
826 27 Söderhamn

Malmö den 3 maj 2014

Ärende: Överklagande av PRV:s beslut angående Invändningsärende nr 2012/0031/0002
registrering: nr 502189.

Klagande: Civilekonom Johan Schlasberg, strategikonsult och entreprenör
Hamngatan 4, 211 22 Malmö tel. 040-611 20 15. <http://johanschlasberg.com>
Johan.schlasberg@decentra.se

Källa för bakgrundsinformation: <http://nordiskamodellen.se>

Härmed överklagas PRV:s beslut angående avslag på min invändning gällande varumärket
"Nordiska Modellen".

Som skäl för detta anför jag

1. Den 29 maj skriver PRV på sin hemsida under Aktuella frågor ..
(<http://prv.se/sv/Om-oss/Press/Aktuella-fragor/Forandring-i-bedomningen-av-varumarken-med-geografiska-namn/>)

Varumärkesrätten är dynamisk, vilket betyder att den praxis som finns kan ändras över tid beroende på samhällsutvecklingen. Förändringar inom varumärkesrätten styrs av lagändringar och ny domstolspraxis. PRV:s beslut grundas på bestämmelser i varumärkeslagen och tolkningen av denna lag – praxis – kommer bland annat från våra överinstanser Patentbesvärsrätten och Högsta Förvaltningsdomstolen samt den praxis som kommer från EU-domstolen.

Just för att varumärkesrätten är dynamisk är det viktigt att lagstiftnings- och praxis-skapande instanser regelbundet yttrar sig i gränsändrande och gränsnära frågor.

2. Inom språkvetenskapen ser man ständigt hur det sker betydelseförskjutningar av ord och uttryck. Dessa förändringar är ofta glidande innan de – ofta i kraft av sin utbredning – blir den nya normalanvändningen.

Det är viktigt att begreppen patent och varumärken är tydliga och inte eroderas av vardaglig sammanblandning och användning utanför sina intentionsområden.

Varumärkesrätten har sin bas i kommersiella aktörers intresse i att skydda sina

varor och tjänster.

3. Den 12 mars 2012 skriver PRV på sin hemsida - <http://www.prv.se/sv/Om-oss/Press/Aktuella-fragor/Nordiska-modellen/>

... Ett varumärkesskydd är ett effektivt sätt att hålla konkurrenter på avstånd och gör det möjligt för konsumenterna att sammankoppla en produkt eller tjänst till ett kommersiellt ursprung. Varumärket fungerar som en förbindelselänk mellan företag och köpare...

... Varumärkesskyddet täcker enbart användning som sker i näringsverksamhet...

Socialdemokratiska partiet bedriver ingen näringsverksamhet där ordparet Nordiska modellen har en kommersiell funktion. Partiet bedriver ingen försäljning av vare sig varor eller tjänster t ex i form av undervisning eller utbildning där ordparet Nordiska modellen har en kommersiell betydelse.

Syftet med varumärkesregistreringen är enbart politisk.

4. Det finns anledning för högre rätt att förtydliga frågor gällande det så kallade frihållningsbehovet för vissa uttryck.

Det är min uppfattning att politiska partier inte ska ha rätt att erhålla varumärkesskydd annat än inom begränsade och tydligt kommersiella områden.

Det var olyckligt att KD fick varumärket "Verklighetens folk", det vore olyckligt om Socialdemokratiska partiet fick behålla varumärket "Nordiska modellen" och det blir direkt utmanande om Sverigedemokraterna skulle beviljas varumärkesrätt för ett ordpar som de – med hjälp av PR-konsulter – anser stödjer deras politik och som använts i detta syfte.

5. Det är allvarligt att Socialdemokratiska partiet redan i sin första presentation efter registreringen klart visar och sprider okunskap om registreringens innebörd och begränsningar.

I en artikel 20.02.2012 i den socialdemokratiska tidningen Aktuellt i Politiken (www.aip.se) citeras Inger Segelström, generalsekreterare på S nordiska organisation Samak. Se nedanstående utdrag ur artikeln som också kan nås via www.nordiskamodellen.se

Nordiska modellen är nu formellt ett varumärkesskyddat begrepp. Det betyder enligt PRV att ingen annan har rätt att använda det i sin marknadsföring.

*– Andra som vill använda det ska vara medvetna om att det är varumärkesskyddat nu.
..... Man har haft många olika definitioner på vad den nordiska modellen är. Jag tycker att*

*det behövdes ett klagande av varumärket. Tittar man på forskning och allt som har skrivits om den nordiska modellen, så har Patent- och Registreringsverket gjort bedömningen att det är den socialdemokratiska nordiska modellen vi pratar om, säger Segelström
.... Det är klart att det känns väl lite snopet för den moderatledda regeringen.*

Inger Segelström har inte förstått eller vill förstå att det står vilket parti och vem som helst som så önskar fritt att både tala om och skriva om Nordiska Modellen på det sätt man önskar.

6. Att registreringen bevisligen redan vilselett erfarna tidningskrönikörer, riksdagsmän och många i allmänheten belyser vilka allvarliga konsekvenser en registrering av märket Nordiska Modellen fått och riskerar att få än mer för diskussionen i Sverige i samhälls- och politiska frågor.

7. PRV skriver i sitt avslag

”... Vid en helhetsbedömning finner PRV att märket är övervägande suggestivt, och inte direkt beskrivande, för dessa tjänster ...”

PRV skriver på sin hemsida om suggestiva varumärken att

märken som är suggestiva, det vill säga de märken som bara antyder egenskaperna hos en vara eller tjänst eller vilka varor/tjänster som märket avser.

Den nordiska modellen är vare sig en vara eller en tjänst och måste dessutom vara föränderlig i en allmän diskussion och analys för att fylla en samhälls- eller funktion. Ordparet Nordiska modellen antyder inga egenskaper.

Av ovan angivna och tidigare inskickade skäl och analyser av referenser hemställer jag att PRV tillstyrker mina invändningar och ej godkänner varumärket Nordiska Modellen.

Malmö den 3 maj 2014

Johan Schlasberg, civilekonom
Strategikonsult och entreprenör