

Konsten att skydda koncept



Av Sofia Ljungblad

Itakt med att informationsflödet ökar blir det allt viktigare för företag att ha ett enhetligt och igenkännbart uttryck. Det kan exempelvis vara fråga om en homogen butiksinredning, såsom Apples, eller ett konsekvent använt mönster, såsom Hästens Sängars ruttmönster.

Kommersiella kännetecken är ägnade att signalera ett visst kommersiellt ursprung. Det gäller i minst lika hög grad koncept. Karakteristiskt för koncept är att de ofta utgörs av fler komponenter än vad som ingår i det traditionella immaterialrättsskyddet, där helheten eller genomgående teman bidrar till igenkänningen. I ett koncept finns ofta imagebärande delar som är oskyddade och därmed särskilt känsliga för kopiering och tillägnande av annan.

Skyddsmöjligheter

Generellt sett är det svårt att få ensamrätt till ett koncept som kännetecken. Men genom att kombinera tillgängliga immaterialrättsliga discipliner, som varumärkesrätt, designskydd och upphovsrätt, kan det vara möjligt att uppnå ett konceptskydd.

Det handlar framförallt om planering,

strategi och väl avvägd resursprioritering. De flesta koncept består av en kombination av olika delar som var för sig inte alltid når upp till de immaterialrättsliga skyddskraven.

Konceptmodellens uppbyggnad

Samspelet mellan de immaterialrättsliga skyddsformerna kan visualiseras genom modellen nedan, där traditionella varumärken, design och upphovsrätt "strävar mot" ett varumärkesskydd genom inarbetning, och där marknadsrätten ligger runtom som ett skyddande hölje.

Inarbetade varumärken

Den vänstra övre delen i figuren utgörs av det inarbetade varumärkesskyddet, och omfattar:

- varumärken som saknar presumtiv eller ursprunglig särskiljningsförmåga, men som genom inarbetning har förvärvat särskiljningsförmåga,
- välkända varumärken med utökat skyddsomfång samt
- inarbetade oregistrerade varumärken.

Traditionella varumärken

Den högra övre delen utgörs av de varumär-

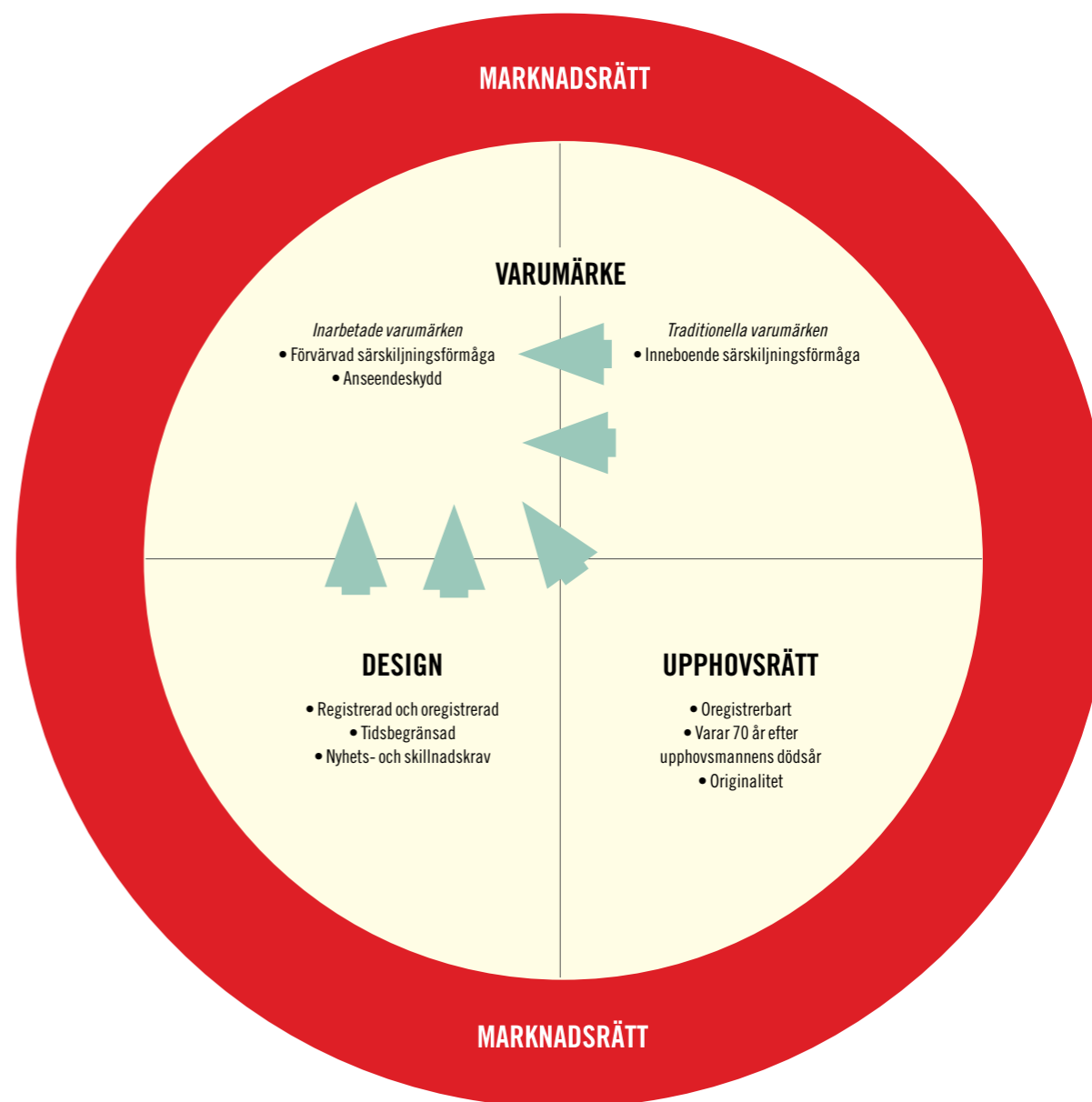
ken som helt klart har en inneboende särskiljningsförmåga och som går att registrera utan inarbetning. Här inryms exempelvis figurvarumärken, ordvarumärken och särpräglade utstyrselvarumärken.

Design

I den undre vänstra delen finns designrätten, som skyddar produktdesign och ornament. Designskyddet ger, jämfört med varumärkesskyddet, ett mer begränsat skyddsomfång, omfattas av nyhets- och skillnadskrav samt är begränsat i tid. När designen är inarbetad kan den ha möjlighet att registreras som utstyrselvarumärke och på så sätt uppnå ett bredare och i tid obegränsat skydd.

Upphovsrätt

Den undre högra delen utgörs av upphovsrätten, som uppkommer automatiskt och har en lång varaktighet men inte går att registrera. Upphovsrätten gäller till litterära och konstnärliga verk som är ett förhållandevis vidsträckt begrepp i våra dagar och bl.a. omfattar brukskonst. Verken har upphovsrätt oavsett andra skyddsformer, även om ensamrätten inte är registrerbar. En konceptkomponent som når upp till kraven för upp-



hovsrätt kan således vara upphovsrättsligt skyddad även om den inte går att registrera som varumärke eller design.

Marknadsrätt

Marknadsrätten fungerar som ett (extra) skyddsnet och utgör ett komplement till känneteckensrätten genom reglerna om renommésnyltning som skyddar mot obehörig användning. Även när hela konceptet är inarbetat utgör marknadsrätten ett viktigt instrument för det marknadsrättsliga skyddsnetet vid renommésnyltning och vilseledande efterbildningar, som ofta även omfattar varumärkesintrång eller upphovsrättsintrång.

Marknadsrätten kan användas för att beivra snyltning och vilseledande beteenden under förutsättning att kännetecknet är känt för genomsnittskonsumerten som kännetecken

för de varor och/eller tjänster som är aktuella.

Konceptmodellens metod

Ett koncept kan omfattas av registrerat skydd när dess beståndsdelar faller inom den översta halvan av modellen samt i designdelen.

När de designskyddade komponenter, som ursprungligen inte uppfyllt varumärkesrättens skydds krav, blivit inarbetade kan de registreras som varumärken. Då är konceptskyddet inte längre tidsbegränsat.

När de komponenter som är varumärkesregistrerade i det övre högra fältet blir inarbetade, och flyttas över till det övre vänstra fältet, får de ett utökat skydd. De delar som har upphovsrätt kan flyttas upp diagonalt till det inarbetade varumärkesskyddet och på så sätt även bli registrerbara rättigheter.

När konceptets olika komponenter återfinns i det övre vänstra fältet och även omfattas av kravet för inarbetningsskydd och är känt, vidgas skyddsomfånget till att omfatta även liknande koncept eller liknande varor och tjänster. Det gäller även om detaljerna skiljer sig åt. För att uppnå inarbetning måste kännetecknet ha använts kontinuerligt på ett konsekvent sätt under lång tid.

Med hjälp av konceptskydd kan innehavaren hindra andra aktörer från att använda sig av komponenter av konceptet som är imagebärande och som bidrar till dess helhetsintryck, även om dessa komponenter inte utgörs av traditionella varumärken.

Sofia Ljungblad har juristexamen (LL.M.) och civilekonomexamen (M.Sc.), och är vice VD, varumärkeschef samt delägare på Noréns Patentbyrå AB.