

- PLL

**UDSKRIFT
AF
SØ- & HANDELSRETTENS DOMBOG**

DOM

Afsagt den 12. august 2010

V 118/08

Guccio Gucci S.p.A.

(advokat Jeppe Brogaard Clausen)

mod

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S

(advokat Frank Bøggild v/advokat Kolja Staunstrup)

V 44/09

Guccio Gucci S.p.A.

(advokat Jeppe Brogaard Clausen)

og

Bottega Veneta International SARL

(advokat Jeppe Brogaard Clausen)

mod

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S

(advokat Frank Bøggild v/advokat Kolja Staunstrup)

Indledning

Sagen angår spørgsmålet om, hvorvidt Guccio Gucci S.p.A. (herefter Gucci) og Bottega Veneta International SARL (herefter Veneta) retsmæssigt har gennemført en bevissikringsforretning hos Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S (herefter Handelsselskabet) med henblik på at sikre bevis for krænkelse af Guccis og Venetas immaterielle rettigheder og markedsføringsrettigheder, om nedlæggelse af forbud mod Handelsselskabets evt. krænkelse af Guccis og Venetas rettigheder samt om Guccis og Venetas evt. erstatningskrav ved Handelsselskabets produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse eller disponering over en række produkter.

Sag V 118/08 er tillige anlagt af Hermés International S.A. (herefter Hermés), idet Hermés har gjort gældende, at Handelsselskabet tillige krænker Hermés' rettigheder.

Påstande

Gucci og Veneta har nedlagt følgende påstande:

1. Den af Fogedretten i Glostrup i sag nr. FS 12273-09 foretagne bevissikring 29. juni 2009 over for Gucci og Veneta stadfæstes som lovligt gjort og forfulgt.

2. Det af Fogedretten i Glostrup i sag nr. FS 12273-09 nedlagte forbud af 17. juli 2009 over for Gucci og Veneta stadfæstes som lovligt gjort og forfulgt.

Ad forbud

3. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 42** (produkt 7) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 42** er påført alene eller i kombination.
4. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 43** (produkt 8) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 43** er påført alene eller i kombination.
5. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 44** (produkt 9) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 44** er påført alene eller i kombination.
6. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 45** (produkt 10) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 45** er påført alene eller i kombination.
7. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 46** (produkt 11) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 46** er påført alene eller i kombination.

8. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 47** (produkt 12) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 47** er påført alene eller i kombination.
9. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 48** (produkt 13) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 48** er påført alene eller i kombination.
10. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 49** (produkt 14) i alle størrelser og farver.
11. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 50** (produkt 15) i alle størrelser og farver.
12. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 51** (produkt 16) i alle størrelser og farver.
13. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 63** (produkt 17) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 63** er påført alene eller i kombination.
14. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 64** (produkt 18) i alle størrelser og

farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 64** er påført alene eller i kombination.

15. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 65** (produkt 19) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 65** er påført alene eller i kombination.
16. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 66** (produkt 20) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 66** er påført alene eller i kombination.
17. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 67** (produkt 21) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 67** er påført alene eller i kombination.
18. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 68** (produkt 22) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 68** er påført alene eller i kombination.
19. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 69** (produkt 23) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 69** er påført alene eller i kombination.
20. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, dispo-

nerer over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 70** (produkt 24) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 70** er påført alene eller i kombination.

21. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 71** (produkt 25) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 71** er påført alene eller i kombination.
22. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i **bilag 72** (produkt 26) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i **bilag 72** er påført alene eller i kombination.
23. Handelsselskabet forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 enhver brug af varemærket GUCCI, reg.nr. CTM 000121988, på alle produkter og/eller som del af produktbeskrivelse, produktregistrering eller produkthenvisning i forbindelse med import, eksport, produktion, salg, distribution og markedsføring samt for alle tjenesteydelser.
24. Handelsselskabet forbydes at importere, eksportere, sælge, markedsføre og/eller på anden måde overdrage eller disponere over produkter bærende navnet "Gussaci".

Ad påbud

25. Handelsselskabet påbydes som en accessorisk forpligtelse efter retsplejelovens kapitel 57 straks at tilbagekalde de af påstand 3-22 omhandlede produkter, som er solgt forud for forbuddets nedlæggelse.
26. Handelsselskabet tilpligtes at overdrage alle produkter som omregnet i påstand 3 – 22 til Gucci med henblik på destruktions.
27. Handelsselskabet tilpligtes at overdrage alle øvrige produkter benævnt "Gussaci" til Gucci med henblik på destruktions.

28. Handelsselskabet påbydes som en accessorisk forpligtelse efter retsplejelovens kapitel 57 straks at fjerne de ulovligt anbragte varemærke GUCCI på produkter og/eller som del af produktbeskrivelse, produktregistrering eller produkthenviisning.
29. Handelsselskabet påbydes som en accessorisk forpligtelse efter retsplejelovens kapitel 57 skriftligt straks at underrette forhandlere og samarbejdspartnere om, at enhver registrering af, beskrivelse af og/eller henvisning til produkter under varemærkerne GUCCI er ulovlig og øjeblikkeligt skal bringes til ophør.

Ad tilpligtes

30. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 3 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
31. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 4 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
32. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 5 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
33. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 6 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
34. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 7 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
35. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 8 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
36. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg

og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 9 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.

37. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 10 indebærer en krænkelse af Venetas rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
38. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 11 indebærer en krænkelse af Venetas rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
39. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 12 indebærer en krænkelse af Venetas rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
40. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 13 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
41. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 14 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
42. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 15 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
43. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 16 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
44. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 17 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
45. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 18 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.

46. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 19 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
47. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 20 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
48. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 21 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
49. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 22 indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
50. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende at import, eksport, markedsføring og salg af de i **bilag 43 og bilag 65-72** afbilledet sko og tasker bærende navnet "Gussaci" indebærer en krænkelse af varemærket reg.nr. CTM 000121988 for navnet Gucci.
51. Handelsselskabet tilpligtes at anerkende, at Handelsselskabets anvendelse af navnet GUCCI indebærer en krænkelse af Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.
52. Handelsselskabet tilpligtes at betale til Gucci 500.000 kr. i erstatning, vederlag, markedsforstyrrelse, tab og ideel skade samt internt tab forrentet med procesrente fra stævningens indgivelse den 1. december 2009.
53. Handelsselskabet tilpligtes at betale til Veneta 50.000,00 kr. i erstatning, vederlag, markedsforstyrrelse, tab og ideel skade samt internt tab forrentet med procesrente fra stævningens indgivelse den 27. juli 2009.
54. Overfor Handelsselskabets' erstatningspåstand påstås frifindelse.

Handelsselskabet har over for de af Gucci og Veneta nedlagte påstande nedlagt følgende påstande:

Ad påstand 1: Den af Fogedretten i Glostrup den 29. juni 2009 i sag FS 12273-09 foretagne bevissikring er foretaget med urette, og materiale, der herved er kommet i Guccis besiddelse, skal destrueres.

Ad påstand 2: Det af Fogedretten i Glostrup den 17. juli 2009 nedlagte forbud i sag FS 122366/209 ophæves.

Ad påstand 3-49: Afvisning, subsidiært frifindelse.

Ad påstand 50-53: Frifindelse.

Handelsselskabet har nedlagt følgende *selvstændige påstand*:

Gucci og Veneta skal hver til Handelsselskabet betale 250.000 kr. med procesrente fra 24. september 2009.

V 118/08 er anlagt den 1. december 2008, og V 44/09 er anlagt den 27. juli 2009.

I sag V 118/08 nedlagde Gucci i stævningen påstand om betaling af 100.000 kr. og i V 44/09 påstand om betaling af 500.000 kr.

Oplysningerne i sagen

Parterne, deres varemærker og markedsføring

Guccio Gucci S.p.A., selskabets produkter og udbredelse

Gucci blev grundlagt i 1920'erne af Guccio Gucci, der i en årrække havde arbejdet på London Savoy Hotel, hvor han tilegnede sig en vis fornemmelse for, hvad der appellerede til den engelske overklasse. Da han efterfølgende tog hjem til sin fødeby Firenze, åbnede han i 1921 en forretning, som i første omgang beskæftigede sig med produktion af eksklusive lædervarer og tasker.

I løbet af en kort årrække blev forretningens varesortiment udvidet til udover tasker at indeholde kufferter, handsker, sko og bæltter. I dag producerer Gucci også modetøj til mænd,

kvinder og børn og øvrigt tilbehør i form af bl.a. punge, solbriller og parfume.

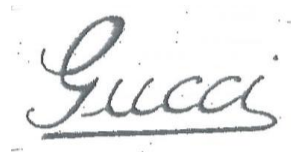
Efter anden verdenskrig åbnede Gucci butikker i Milano, New York, London, Palm Beach, Paris og Beverly Hills. Siden har Gucci åbnet butikker over hele verden.

Den 1. januar 1996 åbnede Gucci sin første butik på Strøget i København, men Guccis produkter havde inden da været solgt fra Georg Jensen Boutique i Pilestræde i København. Af referatet fra bestyrelsesmødet i Georg Jensen & Wendel A/S den 26. oktober 1978 fremgår, at der pågik forhandlinger med Gucci, samt at der påtænkte oprettelsen af en Gucci afdeling i Pilestræde. På bestyrelsesmødet den 1. november 1979 nævntes, at salget af Gucci lå over budget, at der var indrettet en specialbutik for Gucci.

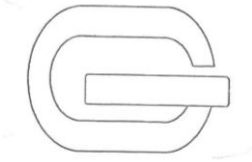
Guccis varemærker

I 1930'erne begyndte Gucci at anvende bidsel(horsebit)-motivet, og i 1950'erne begyndte Gucci at anvende et "grøn-rød-grøn" bånd - webbing. I slutningen af 1960'erne opstod Guccis "dobbelt G-logo".

Guccis har registreret en lang række europæiske varemærker. Ordet Gucci er registreret i bl.a. klasse 18 og 25, dels som ordmærke (CTM 000121988) , dels som figurmærke i en række forskellige grafiske udformninger, herunder CTM 000121947 i bl.a. klasse 18, 24 og 25 som vist nedenfor:

The image shows the word "Gucci" written in a cursive, handwritten style. The letters are dark and slightly blurred, giving it a sketchy or ink-on-paper appearance. The 'G' is particularly prominent with its loops.

Herudover er der registreret en række forskellige udformninger af G'er, herunder bl.a.



CTM 003836467 – bl. a. klasse 18 og 25

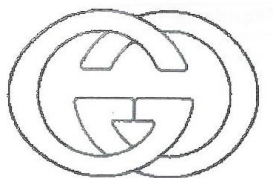


CTM 000940491 – bl.a. klasse 18, 24 og 25.

Gucci har i klasse 24 registreret det dobbelte G i flere udformninger, bl.a.:



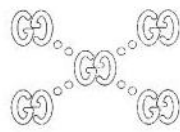
CTM 000122093 – bl.a. klasse 18, 24 og 25



CTM 000122051 – bl.a. klasse 18, 24 og 25



CTM 003824638 – klasse 25



CTM 000940984 – klasse 24 og CTM 002751535 – klasse 18, 25 og 28

(kaldet diamentmønstreet)

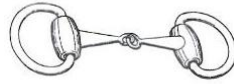
Gucci har siden 1996 haft registreret under CTM 000160028 en grøn-rød-grøn webbing i bl.a. klasse 18, 24 og 25. Webbingen er registreret i samme klasser i mørkeblå-rød-mørkeblå (CTM 003836491).

Gucci har endvidere registreret et bidsel i klasse 18 og 25:



CTM 003474971

Et bidsel er registreret som 3D varemærke (CTM 004462628) i klasse 9 og 14



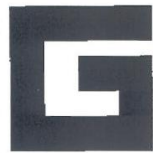
CTM 004462628

Et halvbidsel er registreret (CTM 00614361) i klasse 3:



Gucci har i klasse 3, 14 og 18 registreret ordmærket Horsebit (CTM 000942271). Endvidere har Gucci registreret 2 forskellige sammensætninger af bidsler.

I Danmark har Gucci i 2009 fået registreret i bl.a. kl. 18 og 25 bl.a. følgende figurmærker.



VR 2009 01734



VR 2009 01735

Det under VR 2009 01735 registrerede varemærke er tillige registreret som EU-varemærke under CTM 004107521. Desuden er det dobbelte G registreret under VR 19790312 svarende til CTM 000122051.

Guccis anvendelse af varemærker og markedsføring

Gucci har anvendt sine registrerede varemærker alene eller i kombination. Det dobbelte G har været brugt som lukning på tasker siden begyndelsen af 60'erne. Det indgår som en del af det brune diamantmønster, som er registreret som varemærke, og som er vævet ind i bomuldslærred. Dette har oftest været anvendt på kufferter, tasker og bæltter, men er tillige blevet udført i andre materialer. Det dobbelte G har været rekonfigureret og indsat i utallige mønstre og til

tider smeltet sammen til en cirkel, ryg-mod-ryg, spejlvendt og adskilt.

Et bidsel har været anvendt på sko, gummistøvler, tasker, tøj og handsker samt afbilledet på tørklæder og regnfrakker. Bidslerne har været både miniaturiseret og maksimeret som hardware; machineret i præget eller udbrændte overflader på læder, ruskind og fløjls; forvandlet til gentagne mønstre trykt på silke og skulptureret til bestanddele af smykker. Bidslet har været anvendt alene eller i kombination med webbingen på bl.a. sko. Gucci sko med bidsel kom på markedet i 1953 til mænd og i 1968 til kvinder.

Webbingen har været anvendt alene på bl.a. tasker og sko, og i kombination med det dobbelte G på bl.a. bæltter, nøglesnor og som ovenfor nævnt på sko.

Diamantmønstret har været anvendt på tasker, støvler, sko og tøj enten alene eller i kombination med webbingen eller i kombination med webbingen og det dobbelte G.

I sagen er fremlagt en lang række magasiner, herunder Vogue og Elle, med annoncer for Guccis produkter for perioden 1996 – 2009 samt materiale fra 1969 og frem Gucci, der viser anvendelsen af bidsel, webbing, diamantmønster og det dobbelte G, enten alene eller i forskellige kombinationer.

I et katalog fra Georg Jensen fra 1982 er vist forskellige tasker og punge med diamantmønster, webbing og det dobbelte G, taske med webbing og taske med dobbelte G og webbing og taske med halvbidsel.

I 2008 lå Guccis brand ifølge BusinessWeek som nummer 45 på listen over verdens 100 mest velkendte varemærker.

Bottega Veneta International S.A.R.L

Veneta blev etableret i Italien i 1966 af Renzo Zengiaro og Michele Taddei. Veneta blev i 2001 købt af Gucci.

I 1975 præsenterede Veneta deres første kollektion af tasker i "vævet læder", kaldet "Intrecciato". Venetas mest kendte taske - Veneta tasken – blev introduceret i 2002. Siden da er Venetas kollektion kommet to gange om året, hvor tasken er fremstillet i sæsonens farver. "Veneta" tasken fås i forskellige størrelser.

Bottega Veneta ansøgte i februar 2008 om EU-varemærkeregistrering (CTM 006632905) i bl.a. klasse 18 af Intrecciato som selvstændigt mønster, og af to tasker som 3 D (tredimensionel) varemærke som vist nedenfor :



CTM 006632608



CTM 006632566

Varemærket CTM 006632905 er fortsat under behandling hos OHIM, idet der er rejst indsigelse. Varemærket blev ligeledes søgt registreret i Italien, hvor det blev nægtet registrering på grund af manglende særpræg. Denne afgørelse er appelleret.

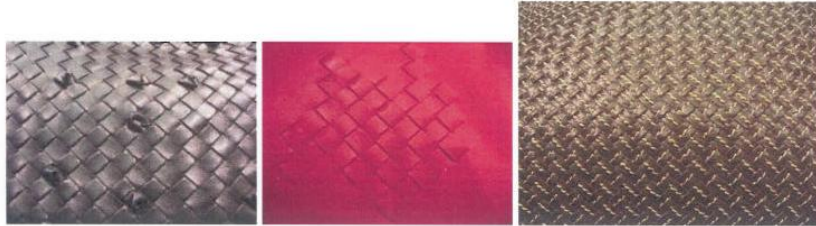
Der er endvidere den 1. februar 2008 søgt om registrering som 3 D mærke i bl.a. klasse 18 af Veneta tasken. Der er rejst indsigelse over for denne registrering.

Efter ansøgning af 1. februar 2008 er der den 3. december 2008 registreret nedenfor viste 3 D mærke:



CTM 006632624

Bottega Veneta har i perioden 2004 og frem til i dag designregistreret en lang række mønstre:



Design 000144282-0001 (2004) Design 000144282-0002 (2004) Design 00014482-0005 (2004)

Herudover har Veneta fået registreret mere end 20 forskellige lædervarer, væsentlig tasker med Intrecciato.

Produkterne, hvorpå Intrecciato anvendes er mangfoldige. Udover tasker anvendes det på punge, tegnebøger, rejsekufferter, attachémapper, sko, bæltter, urremme, solbriller, æsker, knive og bestik, stole, dækservietter skrivebordsdækner, smykker m.v.

Veneta har markedsført deres produkter med Intrecciato over hele verden siden 1970. I Danmark har Venetas produkter været solgt siden midten af 1970'erne. Fra 2005 til 2007 skete salget gennem butikken Holly Golightly. Veneta åbnede sin første egen butik i Danmark den 8. juli 2007 i Ny Østergade i København K., hvorfra Veneta sælger tasker, sko, smykker og andet tilbehør.

Veneta anvender betydelige beløb på markedsføring af deres brand og produkter med Intrecciato varemærket. Veneta annoncerer i en række større dagblade, i modeblade og livsstilsmagasiner i Europa og USA. Bottega annoncerer også i en lang række danske magasiner, kataloger og optræder på dansk tv.

I sagen er fremlagt en designregistrering fra 2008 af en flettet taske tilhørende et tysk selskab.

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S

Handelsselskabet blev etableret i februar 1984 og har drevet engroshandel med kufferter, lædervarer, sko og accessories. Handelsselskabet importerer de fleste af deres varer fra Italien, herunder fra firmaet Gussaci.

Handelsselskabet har ifølge deres hjemmeside mere end 230 forhandlere i Danmark samt

sælger til forhandlere i bl.a. Norge, Island, Estland, Færøerne, Sverige og Finland. Endvidere deltagere i Handelsselskabet i en lang række af messer, herunder modemessen i København. Handelsselskabet har i Danmark bl.a. solgt til Magasin og Peter Justesen A/S. I sagen er fremlagt kataloger fra disse selskaber.

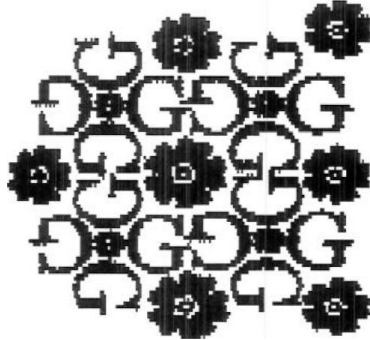
I katalogerne fra Peter Justesen fra 1982 og fra 1985 er vist tasker og punge med grøn-rød-grøn webbing. I kataloget fra 1988 er vist tasker af stof med et diamantmønster og en grøn-rød-grøn webbing, og i samme katalog er vist Guccis tasker af stof med det registrerede diamantmønster og med en grøn-rød-grøn webbing. I Magasins julekatalog for 1988 er vist en pung med grøn-rød-grøn webbing. Fra en af Handelsselskabets leverandører Ricardo Capelli er fremlagt et billede, der viser den kollektion, der blev produceret og solgt fra 1982 til 1992, og som består af tasker og punge med grøn-rød-grøn webbing. I Illums julekatalog 1997 er vist en handske med bidsel. Af et tilbud med tilhørende billede fra Sam Lee Handbags fremgår, at Handelsselskabet i 1997 solgte tasker med bidsel. Endvidere viser billeder fra en anden af Handelsselskabets leverandører, at de i årene 1980 til 1994 producerede sorte tasker med grøn-rød-grøn webbing og tasker i krokopræget skind med henholdsvis bidsel og halvbidse samt en faktura fra 1997 med tilhørende billeder af tasker med bidsel. Et billede fra en udstilling i 1999 viser tasker med stof i et diamantmønster og med webbing. Leverandøren har i relation hertil noteret, at disse tasker solgtes der rigtig mange af i 1979-82.

Handelsselskabet har oplyst, at tasker af flettet materiale har været solgt i de seneste 30 år i Danmark af en række forhandlere. Til dokumentation for, at der er solgt tasker af flettet materiale, inden Veneta indgav deres ansøgning, er fremlagt en brochure fra 1999 fra Paola del Lungo og en brochure fra 2003 firmaet Francesco Biasia. Handelsselskabet har købt de i denne sag omstridte fletprodukter fra Biasia.

Gusacci S.r.L., deres produkter og varemærker

Gusacci er et italiensk firma, der er stiftet i 2006 og har hjemsted i Firenze. Selskabet driver virksomhed med produktion og salg af bl.a. sko og lædervarer. Chao Chen er såvel direktør som bestyrelsesmedlem i selskabet.

Gussacci indgav den 6. oktober 2005 til OHIM begæring om registrering af nedenfor viste varemærke i klasse 14, 18 og 25 (CTM 004671327):



Gucci gjorde indsigelse mod registreringen, og den 10. marts 2009 traf OHIM afgørelse om, at registrering skulle nægtes, idet det krænkede Guccis varemærker – det spejlvendte G og diamantmønstret. Af afgørelsen fremgår, at "produkterne er identiske og rettet mod forbrugerne i bred forstand. Karakteristikaene har en vis lighed fra et visuelt synspunkt og er identiske i fonetisk forstand" ... at Gucci har "påvist, at det originale mærke i høj grad er særegent som en konsekvens af dets intensive benyttelse og berømmelse i Italien, når det gælder lædervarer (tasker, håndtasker, tegnebøger etc.), skotøj, beklædning, ure og smykker", hvorfor der "foreligger en risiko for forveksling hos forbrugerne."

På grundlag af en ansøgning af 2. juli 2004 til den italienske varemærkemyndighed blev samme varemærke registreret i Italien. Gussacci har den 17. marts 2009 indgivet ansøgning til OHIM (CTM 008159923) om registrering af et lignende varemærke med bogstaverne C og G.

I Danmark og hos Wipo har Lin Chaihua, Firenze, i klasse 25 registreret nedenfor viste mærke:



I sagen er fremlagt eksempler på Hermés' brug af bidsel, og Guess brug af G. Det verserer sag i USA mellem Gucci og Guess om brugen af G.

Sagens omstændigheder

I brev af 14. september 2007 rettede Guccis advokat henvendelse til Handelsselskabet, idet Gucci på modemessen Copenhagen International Fashion Fair (CIFF) i Bella Centret den 9.-11. august 2007 havde konstateret varer, som de mente, bar varemærker tilhørende Gucci. Det drejede sig om følgende produkterne 17-26, der er vist nedenfor. Produkterne 17-25 er ikke forevist i retten. Handelsselskabet har oplyst, at produkt 26 kun kunne købes med blå-rød-blå webbing. Skoen er aldrig blevet solgt, idet den kunde, der havde købt den, afbestilte ordren.

Gucci og Veneta blev opmærksom på, at Handelsselskabet på CIFF den 5-8. februar 2009 markedsførte og solgte produkter, som Gucci og Veneta mente, krænkede flere af deres varemærker. Ligeledes mente Hermés at have konstateret krænkelse af deres varemærke. De produkter, som der er tale om, er for så vidt angår Gucci produkt 9 og 12 og for så vidt angår Veneta produkt 14-16.

Den 23. april 2009 sendte Venetas advokat et brev til Handelsselskabet med kopi til dennes advokat, hvori han gjorde gældende, at der forelå en krænkelse af Venetas varemærke- og markedsføringsrettigheder.

Den 28. april 2009 svarede Handelsselskabets advokat, at der ikke forud for modtagelsen af brevet var solgt de omhandlende tasker, og at han i øvrigt ikke ville drøfte sagen yderligere på daværende tidspunkt.

Den 5. maj 2009 konstaterede Gucci og Veneta, at Handelsselskabet i perioden 4. maj - 7. maj 2009 afholdt lagerslag på forretningsadressen Rosenkæret 41, Søborg. Guccis og Venetas repræsentant besøgte lagersalget den 5. maj 2009 og konstaterede et salg af produkter, som de mente, krænkede Guccis og Venetas varemærke- og markedsføringsrettigheder. På lagersalget indkøbte Gucci en række produkter med grøn-rød-grøn webbing, bidsel, med G - spænde samt en sko, hvori der står Gussacci med skråskrift. Ligeledes på lagersalget indkøbte Veneta en taske, som adskilte sig fra den på CIFF messen tidligere observerede "Veneta-taske" ved at være i en guldlignende farve.

Den 9. juli 2009 indkøbte Gucci en taske (produkt 13), som de mente, krænkede Guccis bidsel. Tasken er fremstillet af sort skind og har som eneste, men fremtrædende dekoration et bidsel i

metal. I taskens inderfoer er der påført et mærkat, hvoraf det fremgår "Made in Italy by Rudi & Harald Nielsen".

På baggrund heraf sendte Gucci et brev til Handelsselskabet den 9. juli 2009, hvori Gucci bl.a. anmodede Handelsselskabet om at ophøre med produktion, import, markedsføring og salg af de "krænkende" produkter.

Bevissikring

Hermès, Gucci og Veneta indgav den 2. juni 2009 begæring om bevissikring, beslaglæggelse og nedlæggelse af fagedforbud overfor Handelsselskabet. Den 29. juni 2009 afsagde fogedretten kendelse om at gennemføre bevissikrings sagen på adressen Rosenkæret 41, Søborg uden forudgående underretning af Handelsselskabet.

Ved bevissikringsforretningen deltog fra Handelsselskabet to medarbejdere, og efter en time kom Handelsselskabets advokat til stede. Parterne blev enige om at gennemføre bevissikring, mens spørgsmålet om forbud blev udsat til den 7. juli 2009. Den af retten medbragte IT-sagkyndige foretog sikring af IT materiale til brug for udarbejdelse af en rapport.

Ved bevissikringsforretningen blev der beslaglagt følgende produkter, som Gucci mener, krænker deres rettigheder:

- 4 punge (H-414-70409), **bilag 46** (produkt 11)
- 12 bæltter med spænde (RA 414-70449), **bilag 45** (produkt 10)
- 20 par herresko (209-B), **bilag 42** (produkt 7)
- 8 par gummistøvler (50697 Cucito), **bilag 44** (produkt 9)
- 246 par handsker med bidsel (sorte, røde og brune), **bilag 47** (produkt 12)
- 2 par damesko, **bilag 43** (produkt 8)

Herudover blev der beslaglagt 18 tasker, som Hermès mener, krænker deres rettigheder, samt 63 yderligere tasker. De 63 tasker blev ikke omfattet af det senere forbud.

Medarbejderne oplyste, at der på et fjernlager befandt sig yderligere 24 par herresko og 36 par gummistøvler svarende til de beslaglagte.

Handelsselskabet afgav proceserklæring om at ville afstå fra at producere, importere eller sælge og/eller markedsføre produkter, indtil der blev gennemført en forbudsforretning og

truffet endelig afgørelse i fogedsagen.

Bevissikringsrapporten

Af bevisrapporten fremgår, at der ved søgning i dokumenter fremkom følgende ved søgning på ordet Gucci:

BM470376 NYLON "GUCCI" SORT, GRØN, RØD
BM470377 NYLON "GUCCI" SORT, GRØN, RØD
BM470378 NYLON "GUCCI" SORT, GRØN, RØD
BM470379 NYLON "GUCCI" SORT, GRØN, RØD
BM470380 NYLON "GUCCI" SORT, GRØN, RØD

Endvidere fremgår ved søgning i mails en mail fra Parfumeriet på Gedser færgen til en af Handelsselskabets ansatte:

"Jeg ved ikke, om det er dig, jeg skal have fat i, men det drejer sig om de nye mærker af tasker. Bl. a. Gussacci og Kenzia – kender du historien bag disse mærker? Har det noget med Gucci eller Kenzo at gøre, og hvad fortæller vi kunderne? ..."

Nedlæggelse af forbud

Under behandlingen af forbudssagen den 15. juli 2009 inddrog Gucci yderligere produkt 13. Fogedretten afsagde den 17. juli 2009 kendelse om, at:

"Det forbydes Handelsselskabet at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i bilag 39-50 [herunder produkt 7-13] i alle størrelser og farver.

Det forbydes Handelsselskabet, at anvende varemærkerne Hermes, Kelly, Kelly bag og/eller Gucci som del af produktionsbeskrivelser, produktregistreringer eller produkthenvvisninger i forbindelse med import, eksport, produktion, salg, distribution og markedsføring.

Handelsselskabet påbydes straks at fjerne varemærkerne Hermes, Kelly, Kelly bag og/eller Gucci som del af produktbeskrivelser, produktregistreringer eller produkthenvvisninger.

Handelsselskabet påbydes straks at tilbagekalde de i bilag 39-50 (med underbilag) nævnte produkter, som er solgt forud for forbuddets nedlæggelse til forhandlere, og som beror usolgte hos forhandlerne.

Forbuddet nedlægges og de øvrige retsvirkninger af denne kendelse træder i kraft såfremt Hermes og Gucci senest fredag den 25. juli 2009 har stillet en sikkerhed på 250.000 kr.”

Forbuddet omfatter følgende produkter:

For så vidt angår den af Gucci anlagte sag produkt 7-13, 17-26:

Produkt 7	Produkt 26	Produkt 8	Produkt 9
			

På skoens indersål står "Rudi og Harald Nielsen. På gummistøvleens sål er der påtrykt G&G og "made in Italy." Støvlen er købt hos G&G Footwear Srl. I handsken produkt 13 er anført Rudi og Harald Nielsen.

Produkt 10	Produkt 11	Produkt 12	Produkt 13
			

Produkt 17 	Produkt 18 	Produkt 19 
Produkt 20 	Produkt 21 	Produkt 22 
Produkt 23 	Produkt 24 	Produkt 25 

For så vidt angår den af Veneta anlagte sag produkt 14-16:

Produkt 14



Produkt 15



Produkt 16



Gucci og Venetas krav på erstatning, vederlag og godtgørelse

Støtte bilag - Erstatningsopgørelse

Gucci	Beskrivelse	Antal købt jf. bilag F s. 1216	Originalpris	i alt
Produkt 7	Gucci herre sko Mokkasiner á 2.450 DKK	72	DKK 2.450,00	DKK 176.400,00
Produkt 8	Gucci ballerina sko á 3.000 DKK	144	DKK 3.000,00	DKK 432.000,00
Produkt 9	Gucci gummistøvle 1.700 DKK	120	DKK 1.700,00	DKK 204.000,00
Produkt 10	Gucci bælte á 1.625 DKK	38	DKK 1.625,00	DKK 61.750,00
Produkt 11	Gucci pung á 2.600 DKK	20	DKK 2.600,00	DKK 52.000,00
Produkt 12	Gucci læder handsker 1.600 DKK	453	DKK 1.600,00	DKK 724.800,00
Produkt 13	Gucci aftentaske 2.400 DKK	1534	DKK 2.400,00	DKK 3.681.600,00
Gussaci produkter s.1220. produkt 17-25	Gucci tasker anslået 2.500 DKK	1588	DKK 2.500,00	DKK 3.970.000,00
I alt				DKK 9.302.550,00

Sagsøgtes uberettiget fortjeneste jf. bilag F s. 1216

Produkt	Salg stk.	Pris kr.	Total kr.
Produkt 7	28	359,00	10.052,00
Produkt 8	142	129,00	18.318,00
Produkt 9	75	99,00	7.425,00
Produkt 10	26	59,00	1.534,00
Produkt 11	13	125,00	1.625,00
Produkt 12	207	149,00	30.843,00
Produkt 13	22	219,00	4.818,00
Produkt 13	1444	49,00	70.756,00
Produkt 14	1898	85,00	161.330,00
Produkt 15	73	169,00	12.337,00
Produkt 16	51	99,00	5.049,00
Gussaci s.1220, produkt 17-25	1588	200,00 (anslået)	317.600,00
Total			641.687,00 kr.

Fortjeneste 40% - Branchesædvane.

40% af 641.687,00 = 256.678,80 kr. i uberettiget fortjeneste som minimum.

Bottega Veneta	Beskrivelse	Antal købt jf. bilag F	Originalpris	i alt
Produkt 14	BV Taske flettet str. mellem á 10.990 DKK	1898	DKK 10.990,00	DKK 20.859.020,00
Produkt 15.	BV Toilet taske str. mellem á 2.750 DKK	110	DKK 2.750,00	DKK 302.500,00
Produkt 16.	BV Toilet taske str. mellem á 2.750 DKK	120	DKK 2.750,00	DKK 330.000,00
I alt				DKK 21.491.520,00

Vederlag, erstatning for yderligere skade, godtgørelse.

Produkter	Originalpris	Vederlag 25 % af originalprisen	Erstatning for yderligere skade, 100 % af vederlaget	Godtgørelse	Total
Gucci	9.302.550,00	2.325.637,00	2.325.637,00	250.000,00	DKK 4.901.274,00
BV	21.491.520,00	5.372.880,00	5.372.880,00	250.000,00	DKK 10.995.760,00

Forklaringer

Harald Nielsen har forklaret, at han sammen med sin hustru Rudi Nielsen siden 1970'erne har ejet og drevet Handelsselskabet, der forestår import og salg til detailhandlen af varer, typisk lædervarer, tekstiler og sko, der i det væsentlige er produceret af større italienske producenter, men også varer produceret af andre, hvorpå Handelsselskabets eget mærke er påført. Handelsselskabet har ikke egen produktion, men importerer produkter, som følger trenden i markedet. Selskabets kunder er først og fremmest store og mellemstore modeforretninger samt detail- og kædeforretninger i hele Europa.

Handelsselskabet har siden 1970'erne kontinuerligt solgt produkter i Danmark med grøn-rød-grøn bånd og således adskillige år, før Gucci fik registreret dette mønster som varemærke. Guccis varemærke indeholder tre fuldstændig lige striber i bestemte og særprægede farvenuancer, mens det bånd, Handelsselskabet anvendte, er et såkaldt "tamborella" bånd, hvor tamborella er betegnelsen for en i Italien ofte anvendt persiennesnor, der er kendetegnet ved, at der ikke findes en lineær overgang mellem striberne, der tværtimod er "flettet" ind i hinanden. Herudover adskiller nuancerne i farverne sig betragtelig fra de farvenuancer, Gucci benytter sig af, ligesom båndets bredde afhænger af det produkt, det påføres som pynt. Hvis webbing har været en succes et år, gentages det ca. hvert andet år.

Handelsselskabet har ligeledes solgt en lang række forskellige produkter – sko, tasker, bæltter, handsker - med det pågældende bidsel i mere end 20 år, før Gucci fik registreret deres bidsel som varemærke.

Han blev i 1977/78 kontaktet af Gucci med henblik på at repræsentere Gucci i Danmark, men da Gucci kun var villig til at give en provision på 10 %, var han ikke interesseret heri. Det var ikke hans opfattelse, at Gucci tidligere havde haft forretning i Danmark. Han betragtede den gang Gucci som et gammelt mærke, men ikke som et attraktivt mærke, og han havde lidt fornemmelsen af, at Gucci efterlignede Hermés. Gucci blev ikke noget før, efter Ford var kommet til i 1990.

Handelsselskabet har solgt Gussaci produkter siden 2006, hvor han så dem på en messe i Italien i februar 2006. Han spurgte til rettighederne til varemærkerne og fik som dokumentation herfor udleveret en varemærkeregistriering.

Handelsselskabet har kontinuerligt gennem de sidste 30 år solgt produkter i det flettede mønster, som Veneta påberåber sig eneret til. Han så første gang flettede tasker i 1962/63 i form af den såkaldte mulepose. Han havde et møde med Taddie i 80'erne, hvor han så både flettede og ikke-flettede tasker.

Kenzia har han handlet med siden 1976, og han tror ikke, at der er et problem i forhold til Kenzo.

Handelsselskabet har ikke solgt produkter omfattet af fagedforbuddet og/eller beslaglæggelsen eller lignende produkter, herunder flettede tasker, siden beslaglæggelsen den 29. juni 2009, hvilket har medført, at Handelsselskabet udover at have indstillet nyindkøb har været nødsaget til at annullere en lang række allerede indgåede købs- og salgsaftaler og få foretaget væsentlige designændringer på de produkter, de ønskede at fortsætte salget af. Dernæst har de anvendt ressourcer på at tilbagekalde produkter omfattet af forbuddet. De har således måtte skrive til 81 forhandlere, der havde, eller som de havde grund til at tro, havde de pågældende produkter på lager. Udover de direkte omkostninger forbundet hermed og omkostninger til tilbagekøb af produkterne har tilbagekaldelsen selvsagt givet dem en betragtelig badwill i markedet.

Navnet Gucci, som fandtes i hans it-system, som nævnt i bevissikringsrapporten, stammer fra en svensk prisliste. Han har aldrig købt produkter fra denne virksomhed.

Susanne Møller har forklaret, at hun er Gucci-forhandler i Danmark. Guccis produkter har været solgt i Danmark siden 1960'erne, og den første Gucci butik åbnede den 1. januar 1996 på Strøget.

Kendetegnet for Gucci er webbing båndet med det velkendte grøn-rød-grøn mønster og blå-rød-blå mønster, det velkendte klassiske bidsel, sadelmærket og det dobbelte G-logo. Bidselmotiverne blev introduceret i 1930'erne, og i 1950'erne opstod webbingen først med grøn-rød-grøn mønster og i slutningen af 1960erne opstod dobbelt G-logoet, og disse kendetegn er benyttet kontinuerligt gennem hele perioden siden deres introduktion.

Hun har sporadisk i 1970'erne set, at andre har brugt bidslet og forskellige former for webbing, men hun er ikke bekendt med, at Magasin har haft sådanne produkter med i deres julekatalog gennem mange år. Hun ved, at Peter Justesen har forhandlet sådanne produkter, men der er tale om et lukket tax-free miljø, som ikke er for almindelige forbrugere. Hun er klar over, at der er mange, som kopierer Guccis produkter og varemærker. I relation til Handelsselskabets produkter er det et problem, at skoene er påført en grøn-rød-grøn webbing, bidslet eller det dobbelte G, at handsken ligner Guccis med bidslet, at pungen har et halvt bidsel, som Gucci også har haft på nogle punge samt en webbing bagved, at tasken er påført et bidsel, at bæltene er påført samme webbing som Guccis varemærke, at bidslerne på gummistøvlen ligner Guccis.

Venetas produkter er aldrig overfyldt med kendetegn, idet fletningen er Venetas varemærke. Det vigtige er vinklen på tasken og afslutningen. Tasken er flettet i et stykke. Handelsselskabets taske har samme bredde, vinkel og gjorden rundt om tasken, men har en længere hank. Veneta har kunder, der ønsker en længere hank. Hun ser flere og flere kopiprodukter af flettede tasker. Produkt 15 og 16 er et problem, fordi de er af flettet materiale.

Guccis hovedkontor overvåger markedet, men hvis hun ser kopiprodukter, giver hun meddelelse herom. Hun har tidligere sporadisk set produkter med webbing uden at reagere, men varemærkerne havde ikke da en så voldsom stor betydning i Danmark.

Det er ligeledes Gucci, der styrer alt markedsføringsmateriale. Hun skal bruge 4 % af værdien af indkøb til markedsføring, der sker i godkendte magasiner og aviser.

Chao Chen (Carlo Gussaci) har forklaret, at han er selskabsdeltager i det italienske selskab Gussaci, hvor han tillige har været ansat i 3 år. Carlo Gussaci er hans kælenavn, som han anvender i relation til sit virke i Gussaci. Gussaci betyder på kinesisk den virksomhed, som udvikler sig hurtigt. Gussaci sælger lædervarer, herunder tasker og sko, til mange lande inklusive hele Europa og har siden februar/marts 2006 solgt produkter til Handelsselskabet. Inden påbegyndelsen af salget til

Handelsselskabet bekræftede han, at han havde rettighederne til at sælge produkterne og udlevere dem som bevis herpå varemærkeregistreringen.

I august 2008 frikendte retten i Firenze Gussaci for produkteligninger af Gucci produkter, idet de beslaglagte produkter var radikalt forskellige og ikke kunne forveksles med de alment kendte produkter fra Gucci, hvilket blev antaget særligt at gælde produkterne med varemærket "Gussaci". En skønsrapport havde fastslået, at der absolut ikke var forvekslelighed med de originale Gucci produkter, idet produkterne adskilte sig både ved de materialer, der var anvendt til produktionen af taskerne, og ved selve modellerne og de stilistiske elementer såsom hængesmykker, sømmene, hjørnerne i kunstlæder etc., som er karakteristiske for Gussaci produkterne, men ikke er til stede hos Gucci produkterne, hvorfor de beslaglagte produkter blev frigivet.

Varemærket, som er nægtet registrering i EU, benyttes stadig med henvisning til erklæring af 2. juli 2004 om beskyttelse af varemærker fra det italienske kontor for patenter og varemærker. Varemærket anvendes i Italien og hele Europa, men han ved ikke, om det fortsat anvendes i Danmark. I relation til afgørelsen i marts 2009 er han af den opfattelse, at Gussaci ikke har tabt sagen, og at der følgelig heller ikke har været nogen reaktion på afvisningen, bl.a. har salget til Danmark været det samme. I øvrigt tager selskabets italienske advokat sig af sagen.

Baggrunden for udarbejdelsen af et nyt varemærke var, at Gussaci gerne vil kunne adskille sine produkter fra hinanden. Gussaci benytter derfor tre varemærker, der anvendes på produkter på alle markeder inklusiv Danmark, men han ved ikke, om Handelsselskabet har købt produkter af alle tre varemærker.

Han ved ikke, om toldmyndighederne eller politiet i EU har beslaglagt produkter med nogen af de tre varemærker. Gussaci har ikke haft andre sager med Gucci end denne sag og den ovenfor refererede sag i Firenze. Produkterne 17-25 indgik i den italienske retssag.

Den særlige udformning af G'et i Gussaccis logo skyldes, at skriftformen er sådan. Designeren er et kinesisk firma med produktion i Kina, men han husker ikke det kinesiske firmas navn. Gussaci er registreret i Firenze, fordi firmaet har sit hjemsted der.

Ivonne Donnes har forklaret, at hun er store manager i Guccis butik i Ny Østergade, hvor hun har været i godt 25 år. Hun er ansvarlig for alt i forretningen, hvor der er 10 ansatte. En typisk kunde er mellem 25 og 40 år, men der kommer også kunder ned til 14 år og op til godt 60 år. De er kvali-

tetsbevidste, men ikke nødvendigvis velhavende. Gucci har varer fra kr. 800 (nøglesnor) og op til kr. 30.000. Kendetegnet ved nøglesnoren er, at den er påført en webbing i Guccis farver.

Kendetegnene for Gucci er webbing, bidslet og det dobbelte G-logo. Webbingen har været anvendt fra 1930'erne og blev et varemærke for Gucci i 1950'erne. Den er kontinuerligt brugt på små ting såsom tasker, sko, punge og tøj. Brugen af bidslet begyndte i 1930'erne med tre forskellige udgaver, det runde, det firkantede og det halve bidsel.

Hendes funktion er bl.a. at kende forskel på originalprodukter og kopier. Hun kender ikke Handelsselskabet, men i relation til produkterne i denne sag er problemet bidslet på herreskoene, G-logoet på dameskoene, bidslerne og G-logoet på gummistøvlerne, webbingen på bæltene og bidslet på handskerne, da de ligner Guccis varemærker. Ligeledes er taskerne (produkt 17-25) påført bidsler og dobbelt G'er svarende til Gucci, og skoene (produkt nr. 9 og 26) er påført webbing og et stort klassisk bidsel, hvilket svarer til det, som Gucci lancerede for mange år siden. Alle de anvendte G'er har samme karakteristiske skrifttype, som Gucci benytter.

Guccis årlige omsætning på produkter med bidsel og webbing er meget stor og udgør formentlig godt 50 % af den samlede omsætning.

Angeliq Schöneck har forklaret, at hun siden 2007 har arbejdet i Venetas forretning i København. Det er en lille forretning med 4 ansatte. Veneta har siden etableringen været karakteriseret ved unik kreativitet og kvalitet. I 1975 præsenterede Veneta deres første kollektion af tasker i vævet læder - Intrecciato, der i dag efter verdensomspændende benyttelse, er blevet et velkendt varemærke for Veneta og benyttes i de fleste af Venetas produkter, herunder tasker, armbånd, sko, bæltter og tøj. Forretningen i København forhandler tasker, sko, punge og smykker i prisklassen 800 - 40.000 kr. En typisk kunde er en kvinde på 30 plus, som har pengene hertil.

Hun er ikke bekendt med, at andre benytter væveteknikken, idet flet er en ting, og vævning er noget andet. Venetas flet er en særlig form, hvor der anvendes kvalitetslam/kalveskind, og hvor kanten på taskerne afsluttes med en særlig teknik. Veneta tasken er et stort hit, som sælger rigtigt godt, og som laves i fire størrelser i prisklassen 4.000, 8.990, 10.990 og 12.990 kr. og altid i sort og mørkebrun.

Hun bliver i stigende omfang præsenteret for kopiprodukter, hvor kunder kommer ind i forretningen og er i tvivl, om det er et originalprodukt, de har købt. Hun kender ikke Handelsselskabet eller deres taske, som dog efter hendes opfattelse ligner rimeligt meget, selv om det for hende er åbenbart, at det ikke er en Veneta taske, men vævningen alt for tæt på Veneta tasken.

Barbara Werner har forklaret, at hun er indehaver af Holy Golightly, som sælger luksusvarer, accessories og tøj. Forretningen var den første i Danmark, som solgte Venetas produkter, hvilket hun gjorde fra efteråret 2005 indtil 2007, hvor Veneta åbnede egen forretning. Hun sælger fortsat Venetas tøj, hvorimod tasker og accessories sælges fra Veneta forretningen.

Hun blev første gang opmærksom på Veneta i 1990'erne gennem modemagasiner bl.a. Vogue, som hun har abonneret på fra England gennem de sidste 20 år.

Idéen bag Veneta er den særlige form for væveteknik, som benyttes i alle Venetas produkter, hvor kanten på taskerne også afsluttes med en særlig teknik, således at man ikke kan se afslutningerne. Tasken er meget enkel og også hanken er kendetegnende for Veneta tasken. Den har stort særpræg og alligevel diskret og af høj kvalitet. I den periode, hvor hun solgte tasken, havde hun den i forskellige størrelser og farver. Den typiske kunde er i alderen 35-65 år, men det varierer meget, idet også helt unge er et købersegment. Hun solgte formentlig 20 tasker i de to år, hun havde dem.

Hun oplever i stigende omfang kopiprodukter og bruger rigtig meget tid på at forklare personer, der kommer ind i forretningen, om det produkt, de har købt, er et originalt Veneta produkt eller en kopi.

Hun kender ikke Handelsselskabet indgående. Den af Handelsselskabet solgte guld taske ligner fuldstændig Veneta tasken, herunder med det særprægede flet, bortset fra at hun kan mærke, at kvaliteten ikke er den samme, og at hanken er lidt længere. Pungene fra Handelsselskabet har også samme karakteristiske flet.

Vanni Volpi har forklaret, at han siden juli 2006 har været product manager for Gucci i Italien med globalt ansvar. Gucci er en eksklusiv forretning med luksusvarer. Gucci har en meget stærk historie, og deres produkter er af meget høj kvalitet. Gucci har ca. 11.000 ansatte og 5.600 forretninger i verden. Markedsføringen er international, men organiseret lokalt.

Kendetegnet for Gucci er varemærkerne webbing, bidslet og dobbelt G-logoet, hvoraf de første produkter med disse kendetegn blev produceret i 1921. Varemærkerne udgør en stærk kendskabsværdi for Gucci. I relation til bidslet differentierer dette sig væsentligt fra det af Hermés benyttede, men i øvrigt accepterer Gucci og Hermés hinanden, da begge har eksklusive luksuspro-

dukter. Gucci har sagsøgt Guess både i New York og i Italien for at kopiere Guccis varemærker på produkter af ringe kvalitet.

Han har ikke før denne sag været opmærksom på Handelsselskabet, selvom han er involveret i at holde øje med alle potentielle krænkere. Gucci har mere end 9.000 verserende retssager og bruger utroligt mange penge på at beskytte sine varemærkerrettigheder.

De af Handelsselskabet solgte sko er problematiske ved at være påført et bidsel, der er identisk med Gucci, samt en webbing, hvilket kan give anledning til forveksling af produkterne med Guccis eksklusive produkter. De af Handelsselskabet solgte gummistøvler er påført store bidsler, som giver en stærk association til Gucci. Handelsselskabets bæltter er påført en webbing i samme bredde og samme farvekombination som Guccis. Handelsselskabets tasker er bl.a. påført Guccis dobbelte G logo og bidslet, som er meget identisk med Guccis varemærker og placeret på samme sted. Handskerne er påført bidslet og stor set identisk med Guccis klassiske handsker.

Gussaci er et kinesisk selskab, der har forretning i Italien tæt på Gucci. Han mener, at Gussacci lever af at kopiere Guccis produkter, idet de kun ændrer ganske lidt i forhold til Guccis originale produkter, men således at det stadigvæk er alt for tæt på Guccis produkter. Han er af den opfattelse, at Chao Chen har begået kriminelle handlinger, da politiet har været involveret i nogle af de mange sager mod henholdsvis Chao Chen og hans selskab.

Veneta har siden etableringen været synonym med unik kvalitet og kendt for den særlige form for vævet læder kaldet Intrecciato. Dette blev hurtigt et velkendt varemærke for Veneta og benyttes i de fleste af Venetas produkter. Mange selskaber forsøger at kopiere væveteknikken, hvilket også gælder for Handelsselskabet for så vidt angår de vævede tasker og kosmetikpunge.

Han husker ikke Guccis årlige omsætning i Danmark, men Danmark er et vigtigt marked med mange kunder.

Jan Lexner har forklaret, at han var direktør i Illum i perioden 1991-1996 og var i den forbindelse involveret i varekøb. Han har tidligere været i Magasin, hvor han var ansvarlig for Lyngby, henholdsvis Rødovre afdelingen. Han samarbejdede med Handelsselskabet, mens han var ansat i Illum, hvor han havde ansvaret for at udvælge leverandører. Han har set de af Handelsselskabet solgte flettede tasker i Illum. Der har ham bekendt aldrig været problemer med de produkter, de har købt af Handelsselskabet.

Han kender Guccis produkter og mener at have været bekendt med Gucci siden 1970'erne. Han kender dem især for bidslet og webbingen. Han kender også navnet Veneta, fordi Veneta har

forretning i København. Han mener, at Veneta sælger tasker, men er ikke bekendt med, hvordan de ser ud.

Ib Balschmidt har forklaret, at han har købt produkter, særligt tasker, bæltter og sko, hos Handelselskabet og har rejst meget i Italien bl.a. på messer med Harald Nielsen, der er en god og ærlig samarbejdspartner, som han aldrig har haft problemer med. Da han begyndte salg af Handelselskabets produkter, kendte han ikke Gucci, og han har stadig intet indgående kendskab til Gucci. Trenden i Italien har fra 1970'erne og op efter været - dog svingende - at der skulle være spænder på sko. Endvidere sælger bidslet på produkter godt. Han har købt flettede produkter både fra Handelselskabet og fra andre samarbejdspartnere og set dem i Italien. Han har kendt den flettede taske i rigtigt mange år. Tidligere var den kendt som muleposen. Han har været i branchen i 40 år og mener at have et godt kendskab til tasker. Han kender Veneta af navn, men kender ikke deres produkter.

Han forsøger at sikre sig mod kopiproducter i sin forretning ved alene at benytte leverandører, der holder, hvad de lover. Endvidere går han kun ind på stande på messer, hvor der er mange andre, og han er selvfølgelig hele tiden opmærksom på, om der er nogen, der går for tæt på.

Annette Jacobsen har forklaret, at hun er indkøbsassistent i lædervarer i Magasin, hvor hun har været ansat i 31 år og i sin nuværende stilling i 25 år, idet hun dog ikke har haft ansvaret for tasker de sidste 5 år. Hun har samarbejdet med Handelselskabet i hele perioden og har aldrig hørt, at de skulle være blevet beskyldt for at sælge kopiproducter. Magasin har fra Handelselskabet købt produkter påført bidsler og webbing. Sådanne produkter solgte godt, især de billige tasker og punge med webbing. Der var også tasker med bidsel, men hun kan ikke huske, om Magasin har haft handsker med bidsel, men Illum har solgt dem. Magasin stoler på, at leverandøren ikke sælger kopiproducter.

Hun kendte ikke Gucci i begyndelsen af 1980'erne, måske navnet, men ikke for webbingen.

Jørgen Juhl har forklaret, at han tidligere har været direktør i Jason og Neye og har en stor tilknytning til branchen, idet han har været administrerende direktør i forskellige selskaber fra 1970 indtil 2000, hvor han blev pensioneret. Han har siden arbejdet som selvstændig og har udarbejdet en bog om branchen. Han har samarbejdet med Harald Nielsen fra 1972/1973 til 2000 og har også i den periode været på indkøbsrejse med Harald Nielsen.

Han kender bidslet fra begyndelsen af 1970'erne. Det har været brugt siden, idet det begyndte på tasker og har senere været anvendt på punge, tørklæder, bæltter og handsker. Webbingen kender han fra 1970'erne. Den benyttes af rigtig mange, især italienske selskaber.

Han har kendt til Gucci fra begyndelsen af 1970'erne og ved formentlig godt, at de solgte produkter med webbing på det tidspunkt i Italien, men næppe i Danmark før i 1990'erne.

Flettede tasker er en gammelkendt trend, som altid har været på markedet. De er bl.a. kendt som mulepose og vagabondtaske i USA.

Han har aldrig hørt, at Rudi og Harald Niensens produkter skulle være kopiprodukter.

Hans Erik Petersen har forklaret, at han er indehaver af Team Bag, som er et gammelt familieovertagende med lædervarer. Han har samarbejdet med Harald Nielsen siden 1970'erne og har også købt produkter med bidsel og webbing, som har eksisteret i mange år. Fra sidst i 1970'erne har han været på forretningsrejse med Harald Nielsen. Der er kontinuerligt købt produkter, bl.a. tasker, handsker, tørklæder, punge og sko, med bidsel og webbing, da det har solgt godt. Han har ikke selv solgt sko, men ved, at de har eksisteret i mange år.

Han kendte Gucci i 1980'erne, men det var ikke et mærke, som kunderne efterspurgte. På det tidspunkt var det alene fagfolk, som rejste i Italien, som havde kendskab hertil, men har ikke kendt Gucci for bidsler og webbing. Han er ikke bekendt med, om Gucci var på det danske marked på det tidspunkt.

Han har aldrig haft kopiproduktproblemer i relation til de produkter, han har købt hos Handelselskabet.

Flettasker har han kendt i mange år, bl.a. fra 1980'erne, hvor han rejste i Østen. Taskeformen har altid været den samme og er kendt som banan eller posetaske og har været lavet i forskelligt materiale, som trenden i perioder har tilsagt. Han kender Veneta, fordi de har flettasker, som i de sidste år er blevet meget in.

Parternes argumenter

Gucci og Veneta har processuelt gjort gældende, at de nedlagte påstande er præcise og kan danne grundlag for en dom. Af anbringender og sagsfremstilling fremgår de konkrete omstændigheder, der ligger til grund for påstandene, der er formuleret med henvisning til relevante bilag og rettigheder, hvorfor de er klare og præcise i deres formulering i henhold til retsplejelovens regler herom

jf. § 348 stk. 2 nr. 3. Da Gucci og Veneta ikke kender alle farver og størrelser på de produkter, hvorpå Guccis og Venetas varemærker er anvendt, kan de enkelte produkters farver og størrelser ikke nærmere angives.

Ad bevissikring – påstand 1

Det gøres gældende, at betingelserne for bevissikring og beslaglæggelse i retsplejelovens kapitel 57a er opfyldt. De på Handelsselskabets produkter anvendte kendetegn er med hensyn til fremtoning og udformning forvekslelige med Guccis og Venetas varemærker og enkelte af Guccis og Venetas produkter. Det er således sandsynliggjort, at Handelsselskabets design, markedsføring, import og salg af produkter som angivet i påstand 3-22 er i strid med Guccis og Venetas rettigheder, jf. retsplejeloven § 653. Der foreligger en klar og åbenbar krænkelse af Guccis og Venetas varemærkerettigheder, og de af Handelsselskabet foretagne erhvervsmæssige handlinger er i strid med markedsføringsloven.

ad forbud påstand 2

Under henvisning til det under påstand 1 anførte gøres gældende, at retsplejelovens betingelser for nedlæggelse af fogedforbud og beslaglæggelse i retsplejelovens kapitel 57 er opfyldt.

De handlinger, der søges forbudt, er foretaget af Handelsselskabet som led i erhvervsvirksomhed. Handlingerne strider mod Guccis og Venetas varemærkerettigheder, jf. retsplejeloven § 642, pkt. 1, idet Handelsselskabet allerede har foretaget de handlinger, der søges forbudt, jf. retsplejeloven § 642, pkt. 2, og idet det er åbenbart, at Handelsselskabet også fremover vil foretage de handlinger, der søges forbudt, jf. retsplejeloven § 642, pkt. 2.

Formålet med at håndhæve retten ville være forspildt, hvis Gucci og Veneta skulle være henvist til at gøre deres ret gældende ved almindelige rettergang, jf. retsplejeloven § 642, pkt. 3, idet de almindelige regler om straf og erstatning ikke yder Gucci og Veneta tilstrækkeligt værn, jf. retsplejeloven § 643, stk. 1. Nedlæggelse af forbud er det eneste retsmiddel, der reelt yder Gucci og Veneta beskyttelse af disses rettigheder, hvorfor proportionalitetskravet er opfyldt, jf. retsplejeloven § 643, stk. 2.

Ad Guccis rettigheder

Det er ubestridt, at ordmærket Gucci er velkendt med den deraf følgende udvidede beskyttelse.

Guccis varemærker - bidslet, grøn/rød/grøn og blå/rød/blå webbing - er velkendte varemærker og nyder derfor også en udvidet beskyttelse, jf. varemærkelovens § 4 stk. 2. Sø - og Handelsretten har allerede tidligere fastslået velkendtheden af disse tre mærker, jf. tilkendegivelse af 2. juni 2009. Det vil derfor være i strid med princippet om formel retskraft på ny at have en selvstændig prøvelse af dette spørgsmål, idet tilkendegivelsen må have præjudicerende virkning for denne sag.

Guccis bidsel/horsebit

Det leddelte messingbidsel er anvendt af Gucci siden halvtredserne og er anvendt som et stærkt tegn på tunge læderbrune nikkelhæftede håndtasker. Siden da har dobbeltringen og stangmotivet inspireret til flere udformninger.

Bidslet har spillet en mere afgørende rolle i markeringen af Gucci hytteskoene som en tidsvarende design klassiker. Med en grøn-rød-grøn webbing anbragt under blev det indført som en dekoration på Guccis hyttesko til mænd i 1953 og til kvinder i 1968.

Bidslet har ikonstatus og er særlig kendetegnende for Guccis produkter.

Det dobbelte G

Guccis initialer blev første gang brugt i begyndelsen af tresserne - som enten enkelt eller dobbelt G - som firkantede lukninger på tasker, der blev udviklet og fremstillet på Guccis eget smedeværksted. De blev overført kort efter til et diamant-formet mønster vævet ind i bedst mulig sælgende bomuldslerred bagage. "GG Canvas", et brunt diamantmønster på ecru jord, der i første omgang var forbeholdt kufferter, sportstasker og skuldertasker, blev ofte kantet med det grøn-rød-grøn webbing for ekstra stilistisk kraft.

Det dobbelte G er siden 1968 anvendt i forskellige grafiske udformninger samt udført i forskellige materialer, rekonfigureret og indsat i utallige mønstre og nydesigns.

Guccis GG varemærke har ikonstatus og er særlig kendetegnende for Guccis produkter.

Guccis webbing

Den grøn-rød-grønne webbing blev besluttet som en urokkelig firma-standard for Gucci engang i begyndelsen af halvtredserne og er et historisk mesterstykke af "branding".

Grøn/rød/grøn webbing er blevet anvendt til at differentiere Guccis kufferter siden halvtredserne og har været brugt som stropper til skuldertasker siden tresserne, anvendt på signa-

turbælter og som pynt på tøj. I firserne blev det næsten anvendt på ethvert produkt - på tasker, sko, nøgleringe, lomme flasker, lommelærker, bordlamper, tidsskriftsholdere, picnictasker og spillekort og sportstøj.

Guccis grøn/rød/grøn varemærke har ikonstatus og er særlig kendetegnende for Guccis produkter.

Velkendthed, indarbejdelse, ibrugtagning

Det gøres gældende, at Guccis produkter og varemærker er let genkendelige og indbegrebet af Guccis identitet, at Guccis produkter er samlerobjekter, og at vintage Gucci produkter er af høj værdi, hvorfor det i den grad er skadeligt for et brand som Gucci, at Handelsselskabet sælger produkter forvekslelige hermed, hvilket underminerer Guccis virksomhed og produkter.

Guccis varemærker, bidsel, webbing og dobbelt G er indarbejdet i Danmark og Europa gennem intens brug, salg og annoncering. Gucci har solgt sine produkter i Danmark siden begyndelsen af 70'erne og har haft egen forretning i Danmark siden 1979. Guccis produkter med Guccis varemærker - bidsel, webbing og dobbelt G - var fra et tidligt tidspunkt velkendte og indarbejdede i Danmark.

Krænkelserne

Produkt nr. 7 og 26.

Det gøres gældende, at de af Handelsselskabet markedsførte sko, produkt 7 og 26, bærer kendetegn, der er forvekslelige med Guccis varemærkerettigheder og følgelig udgør en krænkelse heraf. På skoens indersål er anført "Rudi & Harald Nielsen", hvorfor det gøres gældende, at Handelsselskabet har medvirket i udviklingen af og/eller designprocessen for produktet og derved har haft direkte indflydelse på produktets udseende. Produkt nr. 7 og 26 udgør en klar krænkelse af Guccis velkendte figurmærker "Horsebit" og rød-grøn-rød webbing, idet kendetegnenes udformning på Handelsselskabets produkt ligner Guccis i en sådan grad, at forvekslelighed synes uundgåelig. Det forhold, at selve skoens (produkt 7) kanvasmateriale har et andet mønster end det af Guccis anvendte GG signaturkanvas, fører ikke til et andet resultat, idet det ikke er en forudsætning for at statuere varemærkekrænkelser, at hele produktet er kopieret. Anvendelse af Guccis velkendte grøn-rød-grøn webbing i fuldstændig samme farvekombination og mønster udgør en

identisk eller næsten identisk brug af Guccis velkendte varemærke i strid med varemærkelovens § 4.

Produkt nr. 7 og 26 udgør tillige en krænkelse af markedsføringsloven §§ 1 og 18, idet produkterne også i sin helhed synes at have så markante ligheder, at det kan lægges til grund, at Handelsselskabet har tilstræbt et sammenfald i helhedsindtrykket af produkterne, jf. det ovenfor anførte.

Det gøres gældende, at Handelsselskabet er i ond tro. Ved bedømmelsen heraf må der lægges betydelig vægt på den historie og ikonstatus, som er tilknyttet til Guccis hyttesko, hvilket vidner om ond tro og utilbørlig udnyttelse af et velkendt og indarbejdet mærke og brand. Når henses til kendskabsgraden af Guccis hyttesko og varemærker er det evident, at Handelsselskabet i ond tro forsøger at drage fordel af den kommercielle indsats, som Gucci har ydet for at skabe og vedligeholde varemærkernes image. Handelsselskabets salg og markedsføring må derfor anses for utilbørlig.

Det må anses som en skærpende omstændighed, at der ikke alene er tale om krænkelse af et enkelt af Guccis varemærker, men af hele tre af Guccis varemærker, hvilket understøtter, at Handelsselskabet har været fuldt bevidst om sit valg af dekorationer ved bestillingen af de pågældende sko og tillige vidner om den grovhed i udnyttelsen af Guccis mærker, som bør danne grundlag for sagens vurdering.

Produkt nr. 8

Det gøres gældende, at den af Handelsselskabet markedsførte sko, produkt 8, bærer kendetegn, forvekslelige med Guccis varemærkerettigheder til det dobbelte G, det enkelte G og ordmærket Gucci og følgelig udgør en krænkelse heraf.

Det bestrides, at GG er ændret til CG i forbindelse med Gussaccis overtagelse af virksomheden. Det gøres gældende, at produkterne benævnt Gussaci tillige har båret GG mærket.

CG varemærket er endnu ikke afvist fra registrering, men det er derimod det tilsvarende GG varemærke, idet logomønsteret, anvendt af Gussaci, i offentlighedens bevidsthed indebar en risiko for forveksling mellem mærket og Guccis registrerede rettigheder.

Det varemærke, som Handelsselskabet henviser til, er ikke det på skoen anvendte varemærke, idet mærket fremstår som GC, der netop lægger sig i kølvandet på Guccis rettigheder

ved at starte med bogstavet G efterfulgt af C.

Når produktet ansues, er det klart, at fremtoningen bærer præg af Guccis varemærke i forlængelse af betegnelsen GC, idet anvendelsen spiller på G'et frem for C'et samt anvendelse af navnet Gussaci og desuden det faktum, at der er placeret et stort G spænde på skoens snude, der tydeligt lægger sig op af Guccis varemærker. Skoen tilstræber bevidst at ligne Guccis produkter.

Navnet GUSSACI er forveksleligt med det velkendte GUCCI, da forstavelse og endelse er identisk.

Som følge af indsigelsesafgørelsen fra OHIM må det tillige lægges til grund, at produkter påført det på produkt nr. 8 viste mønster tillige udgør en krænkelse efter markedsføringslovens regler. Dette synes også Handelsselskabet at være klar over, idet det fremgår af den i IT-rapporten gengivne mailkorrespondance, som må bero på ekspedienten og dennes kunders tvivl om varernes oprindelse og et klart tegn på, at der hos publikum er såvel risiko for varemærkeforveksling som utilbørlig udnyttelse af Guccis forretningskendetegn i strid med markedsføringsloven.

Anvendelse af Guccis velkendte GG logo og G'er i samme farvekombination og mønster udgør en identisk eller næsten identisk brug af Guccis velkendte varemærke i strid med varemærkelovens § 4 og markedsføringslovens § 1.

Produkt nr. 9

Det gøres gældende, at den af Handelsselskabet markedsførte gummistøvle, produkt 9, bærer mærker forvekslelige med Guccis varemærkerettigheder og følgelig udgør en krænkelse heraf.

Gummistøvlens bidselmønster gør i udstrakt grad brug af et bidsel, der i sin udformning er næsten identisk med det velkendte og registrerede horsebit mønster tilhørende Gucci. Der er risiko for forveksling med Guccis produkter, hvilket medfører, at der er tale om en klar krænkelse efter varemærkelovens § 4, når også henses til, at Gucci også selv med jævne mellemrum har kollektioner med gummistøvler med bidsel.

Uanset at Gucci i sin kollektion ikke har støvler med nøjagtig samme udformning som Handelsselskabets produkt, er denne krænkelse omfattet af markedsføringslovens §§ 1 og 18, idet Handelsselskabet i forbindelse med salg af dette produkt bevidst har tilsigtet en anvendelse af Guccis velkendte bidsel med det formål at snylte på den goodwill, som er forbundet med Guccis karakteristiske varemærke.

Guccis regnfrakke bærer et motiv bestående af en sammenstilling af bidsler. En sådan lighed mellem motiverne på den af Handelsselskabet markedsførte gummistøvle og Guccis regnfrakke indebærer en selvstændig krænkelse af Guccis kendetegn og produktudformning. Dette vidner om ond tro om brugen af Guccis motiv, varemærke og kendetegn. Især da Handelsselskabet har valgt at bruge det omhandlede motiv på gummistøvler, som har samme formål som regnfrakker, nemlig at skærme brugeren mod vind, vejr og regn. Endvidere er det iøjnefaldende, at farvevalget er ensartet. Både Guccis regnfrakke og de af Handelsselskabet markedsførte gummistøvler er opbygget med en mørk brunlig baggrundsfarve pålagt et mønster af bidsler i en lysere, gylden nuance. Gucci fremstiller i øvrigt adskillige produkter med det omhandlede bidsel-motiv, hvorfor Handelsselskabet var eller burde have været i ond tro om den uretmæssige eftergørelse af Guccis produkter.

Der foreligger endvidere en illoyal efterligning af Guccis produkt og derigennem uberettiget snyltning på Guccis høj kvalitetsprodukter, hvorfor Handelsselskabet har overtrådt markedsføringslovens §§ 1 og 18.

Hertil kommer, at der på undersiden af støvlen er påtrykt et logo G&G sammen med et "made in Italy". Det er derfor for en forbruger nærliggende at tro, at der må være tale om et Gucci produkt fra Italien, når der tillige henses til brugen af bidsler.

Handelsselskabet forsøger ved udbud, markedsføring og salg af gummistøvler påført bidsler samt anvendelse af betegnelsen at udnytte den kommercielle indsats, som Gucci har ydet for at skabe og vedligeholde varemærkernes image, hvorfor den fordel, der følger af denne brug, skal anses for utilbørlig.

Produkt nr. 10

Det gøres gældende, at de af Handelsselskabet markedsførte bæltter bærer mærker, forvekslelige med Guccis varemærkerettigheder og følgelig udgør en krænkelse heraf.

Anvendelse af Guccis karakteristiske varemærke grøn-rød-grøn webbing udgør en grov udnyttelse af Guccis velkendte varemærke og må anses for en overtrædelse af varemærkelovens § 4 og markedsføringslovens §§ 1 og 18. Brugen er en direkte kopiering af Guccis varemærke og udgør således en slavisk kopi. Guccis anvendte varemærke adskiller ikke sig i kontur og farvenuance fra den af Handelsselskabet anvendte.

Det af Handelsselskabet anvendte bånd er ikke et "tamborella" bånd, idet Gucci siden 1960'erne har anvendt grøn-rød-grøn webbing på sine produkter i samme farve. Dette gælder,

uanset at bæltet i øvrigt måtte adskille sig fra Guccis tilsvarende produkter.

Produkt nr. 11

Det gøres gældende, at den af Handelsselskabet markedsførte pung bærer mærker, der er forvekslelige med Guccis varemærkerettigheder og følgelig udgør en krænkelse heraf.

Pungen er en klar krænkelse af det velkendte varemærke grøn-rød-grøn webbing, der er påført produktet i en udformning, som er identisk med Guccis varemærke. Allerede af denne grund udgør produktet således en krænkelse af Guccis varemærkerettigheder.

Produktet indeholder yderligere elementer, der kan anses for forvekslelige med Guccis varemærkerettigheder i form af den påførte metaldekoration, der indeholder elementer af såvel Guccis velkendte GG logo og Guccis velkendte bidselvaremærker.

Anvendelsen af Guccis karakteristiske varemærke grøn-rød-grøn webbing udgør en grov udnyttelse af Guccis velkendte varemærke og må tillige anses for en overtrædelse af markedsføringslovens §§ 1 og 18, særligt idet Gucci ofte anvender grøn-rød-grøn webbing på punge.

Handelsselskabets henvisning til, at "GO" varemærket er registeret, kan ikke føre til et andet resultat, idet produktet klart gengiver Guccis velkendte webbing og desuden forsøger at lægge sig i kølvandet på Guccis øvrige varemærker med henblik på at drage fordel heraf. Denne fordel må anses for utilbørlig og i strid med hhv. varemærkeloven og markedsføringsloven.

Produkt nr. 12

Det gøres gældende, at den af Handelsselskabet markedsførte handske bærer mærker, der er forvekslelige med Guccis varemærkerettigheder og følgelig udgør en krænkelse heraf.

Det forhold, at handskerne er påført navnet Rudi og Harald Nielsen, viser, at Handelsselskabet har medvirket i udviklingen af og/eller designprocessen for produktet og derved har haft direkte indflydelse på handskernes udseende. Det er fuldstændigt udokumenteret, at Handelsselskabet skulle have solgt disse handsker gennem de sidste 32 år.

Den på handskerne påførte bidseldekoration udgør en slavisk efterligning af Guccis velkendte horsebit varemærke. Alle elementer af varemærket er kopieret i mindste detalje, herunder ringenes form og proportionsforholdet mellem mærkets elementer. Produktet er på denne baggrund en krænkelse af Guccis varemærkerettighed, som må anses for særdeles grov og i strid med varemærkelovens § 4.

Gucci har tidligere haft handsker i sin kollektion, hvorfor krænkelsen er omfattet af mar-

kedsføringslovens §§ 1 og 18, idet det må anses for godtgjort eller overvejende sandsynligt, at Handelsselskabet i forbindelse med dette produkts tilblivelse bevidst har tilsigtet en slavisk kopiering af Guccis velkendte kendetegn og derved har haft til hensigt at snylte på den goodwill, som er forbundet med Guccis hirsebit varemærke.

Produkt nr. 13

Det gøres gældende, at den af Handelsselskabet markedsførte taske bærer kendetegn, forvekslelige med Guccis varemærker og følgelig udgør en krænkelse heraf.

Tasken er fremstillet af sort skind og har som eneste, men fremtrædende dekoration et bidsel i metal. I taskens inderfoer er der påført et mærkat, hvorpå står "Made in Italy by Rudi & Harald Nielsen". Det må derfor antages, at Handelsselskabet selv har medvirket i udviklingen af og/eller designprocessen for produktet og derved har haft direkte indflydelse på taskens udseende.

Selvom bidslet ikke er identisk med Guccis, er det en ganske nærgående efterligning af Guccis halve bidsel, men i udformning som et helt bidsel. Anvendelse af Guccis velkendte bidsel og eller udformning forveksleligt hermed udgør en identisk eller næsten identisk brug af Guccis velkendte varemærke i strid med varemærkelovens § 4.

Uanset Gucci ikke aktuelt har en taske med ganske samme udformning som produkt 13 i sin kollektion, er krænkelsen omfattet af markedsføringslovens §§ 1 og 18, idet det må anses for godtgjort eller overvejende sandsynligt, at Handelsselskabet i forbindelse med dette produkts tilblivelse bevidst har tilsigtet en anvendelse af Guccis velkendte kendetegn med det formål at snylte på den goodwill, som er forbundet med Guccis karakteristiske varemærke.

Produkt nr. 17-25

Det gøres gældende at de af Handelsselskabet markedsførte tasker og punge, produkt 17 - 25, bærer mærker, forvekslelige med Guccis varemærkerettigheder og følgelig udgør en krænkelse heraf.

Gucci konstaterede, at Handelsselskabet på CIFF messen solgte produkterne 17-25, der bærer GG varemærket, som Gucci har indgivet ophævelsesbegæring mod. Det gøres i den sammenhæng tillige gældende, at der er risiko for forveksling grundet ligheden mellem symbolerne og produkternes identitet. Det mest specifikke element ved mærket påsat Handelsselskabets pro-

dukter er et design bestående af dobbelte bogstaver "G", hvoraf det ene er spejlvendt af det andet og har sammenfald med det mest specifikke element ved Guccis originale mærker.

Handelsselskabet har markedsført og solgt tasker, som bærer navnet "Gussaci", samt bogstavet G (tillige GG), hvilken fremtoning udgør en forvekslingsfare med Guccis registrerede varemærkerettigheder og kan derfor forbydes for varer af samme eller lignende art, jf. varemærkelovens § 4, stk. 1.

Guccis varemærke består af fem par stiliserede bogstaver "G" med et par i centrum og de andre i yderkanterne af to komponenter, formet som ringe. Bogstaverne "G", som danner parrene, er identiske og tilgrænsende med det første bogstav "G" spejlvendt af det andet. Det af Handelsselskabet anvendte mærke består af en serie af stiliserede bogstaver "G" fastgjorte på stiliserede blomster med henblik på at illudere en dekorativ komposition. Specifikt er de fire par bogstaver "G" i centrum identiske og tilgrænsende med det første "G" og spejlvendt af det andet, mens de resterende par bogstaver "G" berører hinanden på en enkelt flade, således at det ene står skråt for det andet.

Hvad angår det visuelle kan man konstatere en lighed mellem mærkerne ved størrelsen, på hvilken deres eneste verbale element indeholder bogstavet "G". Desuden karakteriseres begge ved at indeholde par af bogstavet "G" og, specielt ved at dobbeltbogstaverne "G" på det originale mærke og dobbeltbogstaverne "G" i centrum af det ansøgte mærke er identiske med det første bogstav "G" spejlvendt af det andet.

Hvad angår det fonetiske særpræg, gøres tillige gældende, at mærkerne med overvejende sandsynlighed bliver udtalt som "GG" af kundesegmentet, idet de begge består af par af bogstavet "G". Følgelig er mærkerne fonetisk identiske, og der består i den grad risiko for forveksling.

Guccis varemærker reg.nr. CTM 000122093 og CTM 002751535 er velkendte og har opnået en vis berømmelse i forbindelse med den langvarige og intensive benyttelse i EU af de produkter, for hvilke mærkerne er registreret. Risikoen for forveksling er så meget desto større, jo mere relevant det specifikke særpræg er ved det originale mærke og derfor nyder Guccis varemærker, som har et større specifikt særpræg, enten af iboende art eller grundet deres berømmelse på markedet, en bredere beskyttelse i forhold til mærker, hvis specifikke særpræg er mindre.

Ved overvejelsen af værdien af mærkets berømmelse på markedet bør alle relevante elementer i sagen tages i betragtning, dvs. den mærket tilhørende markedsandel, styrke, geografiske område, varigheden af dets benyttelse og værdien af den investering, firmaet har gjort med henblik på at markedsføre mærket jf. Rettens dom af 14. september 1999, sag C-375/97.

Såvel det enkelte "G" som det dobbelte "G" (inklusive varianterne repræsenteret ved diverse originale mærker) er konstant og intenst blevet benyttet af Gucci, specielt i relation til lædervarer, sko, beklædningsgenstande, ure og smykker, således tilsvarende produkter som Handelselskabet forhandler.

I afgørelsen fra OHIM er anført, at *" at man [bør] forstå særpræget som forlænget til også at inkludere alle andre versioner af mærket "GG", fordi det fundamentale specifikke særpræg i alle tilfældene består i repræsentationen af et par bogstaver "G", mens de andre grafiske elementer, der ledsager det dobbelte "G", ganske afgjort spiller en sekundær rolle for helhedsindtrykket af de originale mærker. Dette synes også bekræftet af EU-retspraksis ... Det er ligeledes sædvanligt, at det samme beklædningsfirma benytter bimerker, dvs. med kendetegn stammende fra hovedmærket. der har et dominerende element tilføjes med hovedmærket; og som karakteriserer firmaets forskellige produkter..."*

Gucci har opnået et højt specifikt særpræg ved dets benyttelse på markedet i relation til beklædning og skotøj, tasker og håndtasker, tilbehør i læder og smykkegenstande, hvilket Handelselskabet forsøger at udnytte ved at udbyde produkter påført G og GG.

Det gøres desuden gældende, at de af Handelselskabet fremlagte bilag om andres brug af lignende elementer på tasker i den italienske sag i øvrigt ikke kan tjene som bevis i sagen, da der er tale om rigtig dårlige sort/hvid billeder. Produkterne i den italienske sag bærer ikke samme GG mønster, som produkterne i nærværende sag, hvorfor bilagene tillige af den grund ikke kan have præjudicerende virkning for nærværende sag.

Handelselskabets Gussaci produkter forsøger bevidst at udnytte den goodwill, der er knyttet til Guccis produkter og varemærker, idet Gussaci produkterne tillige skal findes i samme kategori som andre produktefterligninger/look-a-like produkter og varemærkekrænkelser.

Gucci monopoliserer ikke brugen af G'er, da Guccis G'er er figurmærker, som er udformet i logoform, hvilket en forbruger klart vil kunne genkende. Mærket har særpræg, og Patent- og Varemærkestyrelsen har imødekommet Guccis registrering for de to figurmærker for "G". Denne vurdering er i tråd med OHIMs vurdering, hvorfor det må afvises, at Guccis EU registreringer CTM 004423208, CTM 0000122077, CTM 003836467, CTM 000940491 og CTM 002782548 er registreret med urette, idet OHIM såvel som Patent- og Varemærkestyrelsen har fundet, at Guccis mærker har særpræg, og at der ikke forelå absolutte registreringshindringer.

Handelselskabet har ved udbud, markedsføring og salg af produkter med navnet Gussaci samt anvendelse af G'er, der ligner Guccis varemærker, forsøgt at udnytte den kommercielle indsats, som Gucci har ydet for at skabe og vedligeholde varemærkernes image, hvorfor den

fordel, der følger af denne brug, skal anses for utilbørlig.

Gucci ctr. Gussaci

Det gøres gældende, at ordet Gussaci er forveksleligt med Gucci, hvorfor Gucci kan forbyde Handelsselskabet at gøre erhvervsmæssig brug af dette tegn jf. varemærkelovens § 4 stk. 1, 2. pkt.

Udformningen af G'erne samt navnet Gussaci er en tilstræbt efterligning af Guccis rettigheder og produkter og er klart forveksleligt med det registrerede ordmærke Gucci.

Der eksisterer en visuel lighed mellem GUCCI og GUSSACI, idet de anvendte bogstavkombinationer, særligt de 2 første samt 2 sidste bogstaver i begge ord er ens. Det gøres tillige gældende, at der er stor sproglig lighed ved udtalen af mærkerne "Gussaci" og "Gucci". Når der henses til den visuelle lighed mellem Gucci og Gussaci må kunne antages, at forveksling mellem mærkerne vil finde sted.

Mærket Gucci er et personnavn. Gussaci er derimod ikke et navn, men et til lejligheden opfundet ord, som det kinesiske firma har fundet på, hvilket understeges af, at Gussaci tillige promoverer sig som et italiensk mærke og på deres hjemmeside anvender skrifttyper, der minder meget om Guccis registrerede varemærker.

Der er såvel mærke-lighed som varelighed, hvilket er en skærpende omstændighed og må tillægges vægt ved helhedsbedømmelsen af Gucci overfor Gussaci, der foruden at være fonetisk sammenklingende tillige skaber et synsbillede, der rent visuelt minder om hinanden.

Gucci er et velkendt varemærke, der nyder en udvidet beskyttelse jf. varemærkelovens § 4 stk. 2. Navnene/mærkerne Gucci og Gussaci er forvekslelige, ydermere når henses til den italienske udtale af Gussaci overfor Gucci, hvilket skal tillægges betydning.

Det gøres desuden gældende, at der ved velkendte varemærker ikke er et krav om, at mærkerne er så lig hinanden, at der foreligger risiko for forveksling. Det er tilstrækkeligt, at ligheden mellem mærkerne har til følge, at den berørte kundekreds skaber en "*sammenhæng*" mellem mærkerne, og at velkendte varemærker også kan nyde beskyttelse efter VM-direktivets art. 5, stk. 2 i tilfælde af varelighed, som i dette tilfælde.

Det gøres derfor gældende, at Handelsselskabets Gussaci produkter bærer kendetegn, som er forvekslelige med varemærker tilhørende Gucci, hvilket volder skade på varemærkernes særpræg og renommé og således er i strid med VM-direktivets art. 5, stk. 2. Endvidere er

der risiko for udvandning og tilsmudsning af Guccis varemærkers identitet.

Handelsselskabets tidligere handel og varemærkelovens § 9

Det gøres gældende, at Handelsselskabet påstand om, at de siden 1979 kontinuerligt har solgt produkter påført grøn-rød-grøn webbing er fuldstændig udokumenteret, idet billedet af tasker med håndskrift er påført "Feb 99", hvorfor Sø – og Handelsretten må se bort herfra.

Det fremlagte bilag fra Ricardo Capelli kan ikke tages til indtægt for salg i Danmark. Idet det blot er en sammenstilling af produkter fra en italiensk producent heraf. Tilsvarende gør sig gældende for så vidt angår tilbuddet fra Sam Lee Handbags om tasker påført bidsler.

Gucci har ikke på noget tidspunkt været bekendt med Handelsselskabet påståede salg af produkter påført webbing og bidsler og anser produkterne for værende klare krænkelse af Guccis rettigheder. Varemærkelovens § 9 forhindrer ikke Gucci i at forfølge de aktuelle krænkelse i nærværende sag.

For det tilfælde at Handelsselskabets anbringende herom var korrekt, ville det have den virkning, at en virksomhed kan anvende en anden virksomheds velkendte varemærker på sine produkter og sælge disse i en kortere periode. Såfremt denne virksomhed ikke opdages, skulle virksomheden kunne hævde, at denne nu for altid har ret til at benytte det velkendte varemærke ved at udnytte, at man ikke er blevet opdaget og således snylde på den goodwill, der er associeret med de velkendte varemærker.

Det fremgår af ordlyden af varemærkelovens § 9, at der skal være tale om et forveksleligt varemærke. I denne sag er der tale om fuldstændige identiske mærker grøn/rød/grøn webbing samt bidsel, hvorfor bestemmelsen alene af den grund ikke finder anvendelse på nærværende sag, og der er ikke indtrådt passivitet.

Der er tale om fuldstændige anderledes produkter i denne sag end henholdsvis de i Illums julekatalog fra 1997, Magasins julekatalog fra 1988, på billedet fra Handelsselskabets udstilling fra februar 1999 samt på billeder fra de italienske producenter viste produkter påført Guccis varemærker, hvilket forstærker det forhold, at Handelsselskabet ikke har ret til at anvende Guccis varemærker på de i sagen nye produkter, endsig de gamle, henset til at Guccis varemærker for GG. bidsel og grøn/rød/grøn webbing er velkendte varemærker i Danmark.

Handelsselskabet har ikke kontinuerligt anvendt Guccis mærker, og Gucci har reageret med det samme, krænkelse blev opdaget, samt indenfor rimelig tid for krænkelse opståen,

hvorfor det fremadrettet ikke forhindrer Gucci i at forfølge krænkelse af sine rettigheder.

Såfremt Handelsselskabet måtte anvende Guccis mærker for grøn/rød/grøn webbing og bidslet, ville det fuldstændig udhule Guccis varemærkeret henset til Handelsselskabet utilbørlige udnyttelse heraf. Det bør særligt tillægges vægt, at der er tale om velkendte varemærker, som må have et særligt behov for beskyttelse jf. varemærkelovens § 4 stk. 2. Gucci er først i tid, bedst i ret med hensyn til brugen i Danmark af grøn/rød/grøn webbing samt bidsel, idet Guccis produkter har været solgt i Danmark siden begyndelsen af 1970'erne og dermed stiftet ret ved ibrugtagning i Danmark siden dette tidspunkt. Såfremt Handelsselskabet i 1979-1982 skulle have solgt produkter påført grøn-rød-grøn webbing, måtte Handelsselskabet i så fald allerede på dette tidspunkt have været i ond tro, særligt når der henses til den slaviske gengivelse af Guccis produkter og varemærker. Det gøres gældende, at Guccis varemærker og produkter gennem den internationale eksponering allerede på et tidligt tidspunkt var velkendte og indarbejdede i Danmark.

Handelsselskabet har handlet i ond tro med hensyn til krænkelse af Guccis rettigheder, hvilket understreges af indholdet af den udarbejdede IT rapport, idet rapporten tegner et klart billede af Handelsselskabet indgående kendskab til Guccis rettigheder.

Det gøres desuden gældende, at Handelsselskabet anvender betegnelsen "BIDSEL" i forbindelse med navngivningen af 13 produkter, herunder tasker og sko. "Bidsel" betyder "horsebit" på engelsk, og Gucci er indehaver af flere EU figurmærker, som er illustrationer af bidsler, samt indehaver af EU ordmærket "horsebit".

Gucci har anvendt og anvender bidsler som sit varemærke på stort set alle typer af varer, som Gucci producerer, enten alene eller i flerhed eller sammen med andre af Guccis mærker. Gucci har anvendt bidsler allerede fra begyndelsen af firmaets eksistens ved produktion af bidsler til heste og igennem tiden er Guccis bidselvaremærke blevet et af Guccis stærkeste varemærker, og mærket har opnået status som et velkendt varemærke med udvidet beskyttelse.

Handelsselskabet har fra i hvert fald 4 forskellige leverandører indkøbt varer med bidsler, som er identiske og/eller forvekslelige med Guccis varemærker. Handelsselskabets systematiske indkøb og produktion heraf vidner om, at Handelsselskabet bevidst udnytter den goodwill, som er knyttet til Guccis stærke varemærke.

Handelsselskabet anvender "G" i forbindelse med navngivning af i hvert fald 3 produkter, herunder armbånd og tasker. Gucci er indehaver af en lang række G varemærker, og Handelsselskabet betegner af produkterne med bogstavet G samt systematisk import, indkøb og produk-

tion heraf vidner om Handelsselskabet onde tro, samt bevidst udnyttelse af den goodwill, som er tilknyttet Guccis varemærker.

Handelsselskabets mailkorrespondance dokumenterer, at Handelsselskabet er fuldt ud bekendt med Guccis rettigheder, idet Handelsselskabet i en mail til en kunde oplyser, at Gussaci læner sig stilmæssigt op af Guccis design.

Handelsselskabet har været aktiv på markedet i mere end 25 år og har et betydeligt kendskab til produkter som tasker, sko, bæltter etc., og det er således utænkeligt, at Handelsselskabet ikke har et indgående kendskab til Guccis virksomheder, produkter og rettigheder.

Det gøres gældende, at Handelsselskabet selv har stået for produktionen og designet af en del af produkterne og dikteret, hvorledes disse produkter skulle se ud. Det er på ingen måde er tilfældigt eller sandsynligt, at Handelsselskabet har anvendt så mange af Guccis og Venetas kendetegn og/eller rettigheder i uvidenhed om deres eksistens, hvorfor Handelsselskabet har været i ond tro.

Ad Venetas rettigheder

Det gøres gældende, at det "Vævede læder", kaldet Intrecciato, blev udviklet i virksomhedens første år, og at Intrecciato siden introduktionen på markedet først i Italien og derefter i hele verden er blevet synonym med Veneta.

Hele grundlaget i Venetas virksomhed er, at virksomheden ikke anvender logoer eller navne påtrykt produkterne som andre luksusbrands, men at produktet skal kunne genkendes via Intrecciato, som altså fungerer som et egentligt varemærke. Intrecciato anvendes i de fleste af Venetas produkter, herunder de 13 mest sælgende tasker. Venetas mest kendte taske er "Veneta" tasken.

Den konsekvente anvendelse af Intrecciato i hovedparten af alle Venetas produkter og markedsføring etablerer en unik brug af et bestemt kendetegn gennem 30 år, og den massive eksponering i hele verden i alle medier gør Intracciato til det mest værdifulde kendetegn for Veneta. Dette giver kendetegnet/varemærket et beskyttelsesværd, der kompenserer for dets enkelte udtryk. Intrecciato må i dag betegnes som et mere værdifuldt varemærke for Veneta end selve navnet Bottega Veneta. Intrecciato er et varemærke stiftet ved brug, og skulle varemærket forekomme enkelt, gøres det gældende, at varemærket anses for at være så indarbejdet på det dan-

ske marked, at dette har en beskyttelse både efter varemærkeloven og markedsføringsloven. Intrecciato er herved blevet et meget velkendt varemærke med den deraf følgende udvidet beskyttelse, jf. varemærkelovens § 4, stk. 2.

Veneta har markedsført deres produkter i Danmark ved kampagner i kataloger, magasiner og på nationalt tv. Der er i Danmark i 2008 blevet brugt mere end ½ mio. kr. på markedsføring af Veneta og dennes produkter. En større del af Venetas markedsføring ligger i kendte personers anvendelse af produkterne.

Produkt 14-16

Det gøres gældende, at den af Handelselskabet markedsførte taske (produkt 14) er forvekslelig med Venetas varemærkerettigheder og Veneta tasken og derfor i strid med såvel varemærkeloven som markedsføringsloven, og at de øvrige produkter i form af punge med flet også er krænkelse efter markedsføringsloven.

De beslaglagte produkter er som Venetas produkter kendetegnet ved at benytte Intrecciato mønsteret som det eneste kendetegn for produkterne. Handelselskabet produkter bærer Intrecciato som det vigtige og centrale blikfang. Selv om læderkvaliteten ikke er den samme som på Veneta, kan denne forskel ikke konstateres ved det blotte øje. Når man først ser produkterne, er det udvaskede erindringsbillede netop Intrecciato og ikke Handelselskabet som brand.

De anvendte farver er identiske med de farver, som Veneta anvender for sine produkter. Veneta har i sin kollektion kunnet finde produkter, der alle minder om de af Handelselskabet importerede og under bevissikrings sagen beslaglagte produkter, hvor den enkelte form og anvendelsesmåde gør anvendelsen af Intrecciato til det centrale i markedsføringen af Handelselskabets produkter. Harald Nielsen kunne med deres indgående kendskab til italienske lædervarer have indkøbt og/eller designet produkter, der på en helt anderledes måde adskilte sig fra Venetas produkter.

Anvendelsen af Venetas velkendte Intrecciato udgør en identisk eller næsten identisk brug af Venetas velkendte varemærke i strid med varemærkelovens § 4.

Det gøres gældende, at Handelselskabets italienske leverandør firmaet Francesco Biasia producerer slaviske efterligninger af Veneta tasken, som blev lanceret første gang i SS 2002 og mere end et år før Francesco Biasias produkter. Såfremt Veneta havde været klar over, at Francesco Biasia i 2003 krænkede Venetas rettigheder i en enkelt sæson, ville det have været påtalt, idet Veneta hvert år bruger mange millioner på at håndhæve sine rettigheder, herunder til

Intrecciato varemærket.

Den endelige bevissikringsrapport indeholder mailkorrespondance og billeder af tasker, som designmæssigt er identiske med produkt 14. Taskerne er udtryksmæssigt produktefterligninger af Veneta tasken. Mailkorrespondancen viser den store popularitet af denne slaviske efterligning af Venetas velkendte taske og Intrecciato varemærke, hvilket understreger Handelsselskabets onde tro med henblik på at udnytte den goodwill, der er tilknyttet Venetas produkter.

Ansvarsgrundlag og erstatning, vederlag og godtgørelse

Det gøres gældende, at Handelsselskabet i henhold til varemærkelovens § 4 har handlet forsætligt eller groft uagtsomt, og at der er tale om skærpende omstændigheder, da Handelsselskabet har været fuldt ud bekendt med Guccis og Venetas rettigheder.

Produkterne er kommet i omsætning, hvorfor Gucci og Veneta er berettiget til vederlag, erstatning for afsætningstab og markedsforstyrrelse samt godtgørelse for ideel skade. Ethvert salg, enhver markedsføring og import af produkter påført Gucci og Venetas rettigheder samt efterligninger heraf medfører et direkte tab for Gucci og Veneta i form af tabt goodwill og tabt omsætning, hvorfor der er årsagssammenhæng og adækvans mellem de ulovlige handlinger og Guccis og Venetas tab.

Guccis og Venetas tab er større end Handelsselskabets fortjeneste, idet markedsføringen og salget af de ulovlige produkter har skadet Gucci og Veneta. Guccis og Venetas varemærker og produkter hører til de mest velkendte i verden, og Gucci og Veneta bruger årligt flere millioner kroner på at sikre en særlig høj standard og kvalitet af sine produkter og produkternes design samt at pleje tilliden til Guccis og Venetas varemærker og produkter.

Guccis og Venetas krav på erstatning og vederlag er opgjort skønsmæssigt, herunder samlet for erstatning, vederlag og godtgørelse i overensstemmelse med retspraksis. Handelsselskabets opgørelse er udokumenteret og kan kun som minimum lægges til grund.

Der er tale om mindst 5567 produkter til en samlet tilsvarende originalværdi af 30.464.070 kr. Handelsselskabet er pligtig til at udrede et rimeligt vederlag for udnyttelsen af varemærkerne, jf. varemærkelovens § 43, stk. 1, nr. 1 og markedsføringsloven § 20 stk. 3. Det skønsmæssige vederlag skal som minimum udgøre 25 % af originalprisen for Guccis og Venetas tilsvarende produkter, og den omstændighed, at Gucci og Veneta selv forestår produktion og salg af sine produkter i Danmark tilsiger, at det rimelige vederlag skal fastsættes til den normale udsalgs-

pris for tilsvarende produkter på markedet og ikke den pris, Handelsselskabet selv beregner for sine produkter. Handelsselskabet er endvidere pligtig at betale erstatning for udnyttelsen af varemærkerne, jf. varemærkelovens § 43, stk. 1, nr. 2. Omfanget af markedsforstyrrelsen, som vil være vedvarende, skal fastsættes skønsmæssigt og må svare til det økonomiske omfang af de krænkelse af Guccis og Venetas rettigheder, som Handelsselskabet har medvirket til, hvorfor tabet for markedsforstyrrelse tillige fastsættes til det tilsvarende vederlag. Handelsselskabet er endelig pligtig til at betale godtgørelse til Gucci og Veneta for ikke-økonomisk skade jf. varemærkelovens § 43, stk. 3, idet den skade, der sker ved krænkelse af velkendte mærker, medfører ikke kun en konkret markedsforstyrrelse, men tillige skadevirkning af mere ideel karakter, idet Gucci og Veneta ved associering med produkter af dårligere kvalitet mister eksklusivitet. Handelsselskabet produkter er markedsført og distribueret i vidt omfang i Danmark og er af sådan ringe kvalitet, at de skader Guccis og Venetas gode renommé og de forretningsdrivende, der dagligt sælger Guccis og Venetas produkter. Dette udgør den største og mest langvarige skade for Gucci og Veneta, for hvilken der skal svares godtgørelse jf. varemærkelovens § 43 stk. 3.

Retshåndhævelsesdirektivet, der er implementeret i dansk ret ved lov nr. 1430 af 21. december 2005 om ændring af patentloven m.fl., herunder varemærkelovens § 43, tilsiger, at de nationale foranstaltninger og retsmidler i henhold til direktivets art. 3, stk. 2, skal være effektive, stå i rimeligt forhold til krænkelsen og have en afskrækkende virkning.

Der består et konkurrenceforhold mellem Gucci og Veneta på den ene side og Handelsselskabet på den anden side, idet alle tre forhandler produkter indenfor modebranchen. Selvom Guccis og Venetas produkter er luksusprodukter og udbydes til en højere pris end Handelsselskabets produkter, er kundesegmentet er det samme. Teenagere kender eksempelvis både Gucci, Veneta og Handelsselskabets produkter og handler alle stederne.

De af Handelsselskabet anvendte mønstre, mærker, tegn m.v. fremstår identisk og/eller forveksleligt med de af Guccis og Venetas velkendte og anvendte/registrerede rettigheder, hvorfor der består en markedsfortrængning/forstyrrelse i forholdet 1:1. Markedsføringslovens § 1 finder tillige anvendelse på nærværende forhold. Gucci og Veneta skal således tilkendes vederlag efter markedsføringslovens § 20 stk. 3, idet der er tale om en illoyal efterligning af produkter/varemærker.

Gucci og Venetas krav kan som minimum kan opgøres til de påståede beløb. Handelsselskabets salg af minimum 5.567 produkter giver en omsætning på i alt ca. 641.687,00 kr., hvilket dog er udokumenteret, idet der mangler udsalgspris for Gussaci produkterne. Handelsselskabet skønnes at have et dækningsbidrag på 40 %, hvilket giver en uberettiget fortjeneste på 256.674,80 kr. Ved udmålingen af erstatningen til Gucci og Veneta skal der tages hensyn til alle relevante aspekter som f.eks. Rudi og Harald Niensens uberettigede fortjeneste.

Handelsselskabet skal tillige dække Guccis og Venetas faktiske omkostninger i forbindelse med fogedsagen og justifikationssagen, og der under alle omstændigheder må tillægges sagsøgerne forhøjede omkostninger henset til antallet af produkter og krænkelse i nærværende sag.

Handelsselskabet erstatningspåstand og modkrav.

Det gøres gældende, at Handelsselskabet ikke har lidt noget tab. Bevissikringsforretningen har ikke virket markedsforstyrrende for Handelsselskabet, og der ikke er dokumenteret, endsige lidt et tab i den anledning. Handelsselskabet var i ond tro, særlig henset til det i IT-rapporten fremkomne søgeord for Gucci m.v., samt at Handelsselskabets direktør i mere end 30 år har arbejdet inden for modebranchen og må antages at have et indgående kendskab til Guccis og Venetas produkter og rettigheder.

Handelsselskabet har i relation til formaliteten gjort gældende, at påstand 3-22 og 30-49 er for brede og upræcise til at kunne danne grundlag for en dom. Påstandene indeholder utvivlsomt retmæssige forhold og konkretiserer ikke i tilstrækkeligt omfang de rettigheder, der påstås krænkelse, og de forhold, der påstås at udgøre en krænkelse. Påstand 23 og 28 relaterer sig til Handelsselskabets it-system. Da navnet, der i øvrigt hidrørte fra en samarbejdspartner, er fjernet, har Gucci ingen konkret retlig interesse i at få påstandene taget under påkendelse. Påstand 25 om tilbagekaldelse af produkter har Gucci og Veneta ingen konkret retlig interesse i, da produkterne allerede er tilbagekaldt. Påstand 29 er ligeledes for upræcis, idet det ikke fremgår af påstanden, til hvem der skal ske underretning.

Gucci

Handelsselskabet er en af landets største importører og grossister af lædervarer, som i mere end 40 år har solgt til alle de store detailhandlere. Handelsselskabet har aldrig haft en sag om efterligning af andres produkter, selvom de samme varer er blevet solgt i mange år.

Gucci var et selskab i krise indtil medio 90'erne, hvor Tom Ford genrejste det. Først i kølvandet herpå opstår der problemer med kopiering. I 70'erne og 80'erne forholdt Gucci sig passiv over for andre brug af webbing og bidsler.

Handelsselskabet har i 40 år solgt varer med disse elementer uden indsigelse fra Gucci. Det erkendes, at der kun er sporadiske dokumentbeviser for dette salg, men forklaringer understøtter bilagene og dokumenterer salg af produkter med bidsler og grøn-rød-grøn webbing i hele perioden. Susanne Møller har ikke bestridt, at hun har set disse varer i forretningerne. Handelsselskabet har således siden begyndelsen af 1970'erne - dvs. formentlig før Gucci solgte produkter med bånd/bidsel i Danmark, og i hvert fald inden Gucci stiftede varemærkerettigheder til båndet/bidslet i Danmark - kontinuerligt og i betydeligt omfang solgt produkter - herunder sko, tasker, handsker, punge, støvler, bæltter, slips, tørklæder og paraplyer - påført bånd og/eller bidsler i præcis den samme udformning, som anvendes i dag, og Gucci kan derfor ikke forhindre Handelsselskabets brug af denne form for udsmykning, idet forholdet enten er omfattet af varemærkelovens § 10, eller der foreligger passivitet, jf. varemærkelovens § 9.

Det bestrides, at Handelsselskabet er i ond tro. Harald Nielsen kender Gucci, men forbinder ikke Gucci med webbing og bidsler. Handelsselskabet har købt produkterne, fordi de er trendy og smarte. Selvom Handelsselskabet måtte være i ond tro, hindrer det anvendelsen af § 9.

Det bestrides, at Guccis varemærker udover ordmærket Gucci er velkendte, eller blot genkendelige for den gennemsnitsoplyste forbruger. Guccis tasker, sko, punge, mv. kan alene købes et sted her i landet (bortset fra i Københavns Lufthavn), nemlig i Guccis specialforretning i den dyre ende af Strøget. Priserne for sko og tasker begynder ved ca. 2.500 kr., men kan koste langt over det tidobbelte. Produkterne er fremstillet af materialer af højeste kvalitet og bedste forarbejdning og sælges i en flot indpakning. Køberskaren er kvalitetsbevidste velhavere. Handelsselskabets produkter sælges som hovedregel uemballeret først og fremmest hos lædervarehandlere, men til dels også i stormagasiner, supermarkeder, via lagersalg etc., og er påført Handelsselskabets eget eller producentens varemærke. Produkterne henvender sig ikke just til velhaversegmentet.

Gucci anvender sine varemærker - herunder bidslet, grøn-rød-grøn båndet, G'erne og GG'erne - i varierende udformninger, og en sådan uensartet kendetegnsbrug udvander og slører gen-

kendeligheden af varemærkerne med den for Gucci alvorlige konsekvens, at den varemærkeretlige beskyttelse og gennemslagskraft indskrænkes.

Uanset hvilken rettighed Gucci påberåber sig, foreligger der ikke en krænkelse. Eneste mulige fælles træk mellem Handelsselskabets produkt 7, 9-13 og 26 og Guccis produkter/varemærker er, at Handelsselskabets produkter er udsmykket med bidsler og/eller grøn-rød-grønt bånd; en form for udsmykning, der også anvendes af Gucci. Guccis rettigheder til bånd/bidsler beskytter alene en helt konkret udformning af bånd/bidsler og kan ikke udstrækkes til at forhindre Handelsselskabet i at anvende bånd/bidsler, der ikke er identiske eller forvekslelige med de af Gucci anvendte bånd/bidsler.

For så vidt angår produkt 9 bestrides det, at anvendelse af selskabsnavnet G&G under gummistøvlen er en krænkelse af Guccis GG varemærke, og for så vidt angår produkt 11 og 13 bestrides det, at metaldekorationen udgør en krænkelse af Guccis varemærkerettigheder.

Produkterne 8 og 17-25 er fremstillet og solgt af det italienske selskab Gussaci. Navnet Gussaci, G spændet/udsmykningen og GG/CG mønsteret er ikke en krænkelse af Guccis rettigheder, og selve produkterne er ikke efterligninger af Guccis produkter. Dette understøttes af udenlandske registreringer/afgørelser, der bekræfter Gussacis ret til Gussaci navnet og GG/CG mønsteret, og at Gussaci navnet, G spændet/udsmykningen og selve produkterne ikke krænker Guccis rettigheder.

Betegnelsen "Gucci" anvendes ikke af Handelsselskabet, men fandtes i Handelsselskabets IT-system pga. en leverandørers brug af betegnelsen. Handelsselskabet har aldrig påført navnet Gucci på produkter og/eller anvendt betegnelsen i forbindelse med indkøb, markedsføring eller salg af produkter. Handelsselskabet har ikke haft en fortjeneste ved, at betegnelsen Gucci har ligget inaktivt på Handelsselskabets server, og Gucci har ikke har lidt et tab herved.

Guccis vederlags- og erstatningskrav

Gucci havde ikke varemærkerettigheder til grøn-rød-grøn båndet og/eller bidslet på tidspunktet, hvor Handelsselskabet påbegyndte salg af produkter påført denne form for udsmykning, og Handelsselskabet har i det hele handlet i god tro. Der er derfor ikke hjemmel til at pålægge Handelsselskabet at betale vederlag/erstatning/godtgørelse. Et eventuelt krav skal under alle omstændigheder bortfalde på grund af Guccis langvarige passivitet. Handelsselskabet har i forbindelse med købet af Gussaci produkterne foretaget alle relevante forholdsregler for at sikre, at produkterne ikke krænkede Guccis eller andres rettigheder.

Størrelsen på Guccis vederlags- og erstatningskrav bestrides og er udokumenteret. Gucci

har ikke solgt og vil ikke sælge et eneste produkt færre på grund af Handelsselskabets produkter, og markedsforstyrrelse og goodwillforringelse er udelukket på grund af de markante forskelle i produkterne, målgrupperne og salgskanalerne. En hypotetisk licensafgift i forhold til Guccis salgspriser er uden relevans; alene omsætning/indtjening på de solgte produkter har relevans, og Guccis krav på vederlag/erstatning kan i bedste fald sættes til 10 % af Handelsselskabets omsætning, svarende til et krav på ca. 20.000 kr.

Veneta

Det bestrides, at Veneta er påtaleberettiget. Venetas tasker kan alene købes et sted her i landet, nemlig i Venetas specialforretning. Prisen for taskerne begynder ved ca. 10.000 kr. Produkterne er fremstillet af materialer af højeste kvalitet og bedste forarbejdning og sælges i en flot indpakning. Køberskaren er celebrities og kvalitetsbevidste velhavere. Handelsselskabets produkter sælges uemballeret først og fremmest hos lædervarehandlere, men til dels også i varehuse, supermarkeder, via lagersalg, etc., og er påført Handelsselskabets eget eller producentens varemærke.

Handelsselskabets produkter er ikke identiske med eller nærgående efterligninger af Venetas produkter; eneste fælles træk mellem Handelsselskabets produkter 14-16 og Venetas produkter er anvendelsen af samme materiale - flettet læder -, og det bestrides, at Veneta har - eller kan opnå - eneret til anvendelse af flettet læder.

Handelsselskabet har solgt produkter i flettet læder siden begyndelsen af 1970'erne, og der findes et meget stort antal produkter på markedet i dette materiale. En dom til fordel for Veneta vil medføre en urimelig monopolisering af det lidet særprægede læderflet med den konsekvens, at Handelsselskabet, andre lædervarehandlere, supermarkeder etc. i praksis får vanskeligt ved at hjemkøbe og sælge moderigtige standardprodukter til en rimelig pris.

Gucci og Venetas vederlags- og erstatningskrav

Handelsselskabet har handlet i god tro, og der er derfor ikke hjemmel til at pålægge Handelsselskabet at betale vederlag/erstatning/godtgørelse.

Størrelsen på Guccis og Venetas vederlags- og erstatningskrav bestrides og er udokumenteret. Gucci og Veneta har ikke solgt og vil ikke sælge et eneste produkt færre på grund af Handelsselskabets produkter, og markedsforstyrrelse og goodwillforringelse er udelukket på grund af de markante forskelle i produkterne, målgrupperne og salgskanalerne. En hypotetisk licensafgift i

forhold til Guccis og Venetas salgspris er uden relevans; alene omsætning/indtjening på de solgte produkter har relevans, og Guccis og Venetas krav på vederlag/erstatning kan i bedste fald sættes til 10 % af Handelsselskabets omsætning, svarende til et krav på henholdsvis ca. 20.000 og 16.000 kr.

Handelsselskabets selvstændige påstand

Handelsselskabet har aflyst en række ordrer som følge af det nedlagte forbud, og Handelsselskabet har siden den 29. juni 2009 afstået fra at sælge produkter fra Gussaci, produkter påført grøn-rød-grønt bånd, bidsel, G- og/eller GG-udsmykning og produkter i flettet læder på grund af denne sag. Handelsselskabet har endvidere som følge af påbuddet om tilbagekaldelse skrevet til 81 forhandlere, der havde - eller som Handelsselskabet havde grund til at tro havde - de pågældende produkter på lager, og har tilbagekøbt produkter fra flere af disse forhandlere.

Forbuddet/påbuddet/beslaglæggelsen har således afskåret Handelsselskabet fra en million-omsætning og hertil kommer omkostninger, gene, ulempe og badwill forbundet med aflysning af ordrer, tilbagetrækning af produkter, etc. Handelsselskabet har derfor på objektivi grundlag krav på erstatning for tab og tort, der skønsmæssigt kan fastsættes til samlet 500.000 kr. jf. retsplejelovens § 648, jf. § 639 og § 653c.

Sø- og Handelsrettens afgørelse

Ad Handelsselskabets afvisningspåstande

Gucci og Veneta henviser i hver enkelt påstand til et bestemt produkt, som for flere af produkternes vedkommende kan være solgt i forskellige størrelser og farver, f. eks sko, ligesom en række af produkterne bærer et eller flere kendetegn, som Gucci mener, krænker deres rettigheder. Når hen ses til disse forhold findes Guccis og Venetas påstande at være tilstrækkelige klare til at kunne tages under påkendelse.

ad Veneta

Intrecciato er en gammel kendt fletteteknik, som har været anvendt til at flette mange forskellige materialer. Veneta har forfinet dette flet ved anvendelsen af læder i højeste kvalitet og anvender det på mange af deres produkter samt har en intensiv markedsføring af deres produkter. Disse forhold kan imidlertid ikke medføre, at der opnås eneret til denne almindeligt brugte teknik og det

fremtoningspræg, det fører til. Intrecciato har heller ikke opnået registrering som varemærke i Italien, og varemærkeansøgningen er fortsat under behandling i OHIM, idet der er rejst indsigelse. Retten finder derfor, at Veneta ikke har opnået varemærkeret ved ibrugtagning og indarbejdelse til Intrecciato.

Påstand 10 og 37 - produkt 14

Veneta tasken er udført i intrecciato og har en almindelig kendt form, som har været anvendt til tasker i mange år i lidt forskellige udformninger. På Venetas taske er imidlertid tilføjet en række detaljer. Hanken er en integreret del af taskens design, idet der er en speciel overgang mellem hanken og tasken. Endvidere er der er minimum af synlige sammenføjninger, idet siderne er flettet sammen og på en sådan måde, at den understreger taskens form. Veneta har således raffineret den velkendte taskeform med en række detaljer, der medfører, at den har særpræg og er beskyttet efter markedsføringslovens § 1.

Handelsselskabets taske adskiller sig alene fra Venetas taske ved en forsimplet løsning med tilsat og lidt længere hank, men har den samme karakteristiske kant som Veneta tasken. Handelsselskabets taske har således samme fremtoningssærpræg som Venetas taske og er forvekslelig med denne. Veneta kan derfor forbyde Handelsselskabet at sælge og markedsføre tasken som forevist under produkt 14, hvorfor Venetas påstand 10 og 37 tages til følge.

Påstand 11,12, 38 og 39 - produkt 15 og 16.

Disse to tasker/punge er udført i flettet materiale og har almindelige former uden særpræg. Uanset om Veneta måtte sælge en lignende taske/pung, findes Veneta ikke at kunne forbyde Handelsselskabets salg og markedsføring af produkterne 15 og 16, hvorfor Handelsselskabet frifindes for påstand 11 og 12 samt påstand 38 og 39.

Venetas erstatningskrav m.v

Gennem den betydelige eksponering af Veneta tasken må retten anse det for sandsynligt, at Harald Nielsen gennem sit mangeårige kendskab til branchen at have eller burde have kendt Venetas taske, hvorfor betingelserne for tilkendelse af erstatning og vederlag er opfyldt.

Handelsselskabet har solgt 1898 stk. tasker til en samlet pris af 161.330 kr.

Handelsselskabets taske sælges for få hundrede kroner, mens Venetas taske koster 10.990 kr. Taskerne sælges i væsentligt forskellige forretninger, og der er en så væsentlig kvalitetsforskel mellem de to produkter, at en del forbrugere ikke vil relatere Handelsselskabets taske til Veneta.

Retten finder det ikke sandsynliggjort, at Veneta har mistet noget salg ved Handelsselskabets salg af deres taske. Derimod kan salget have medført en mindre markedsforstyrrelse, som Veneta skal have erstatning for. Veneta har endvidere krav på vederlag. Ved fastsættelsen heraf tages der udgangspunkt i Handelsselskabets salgspris.

Retten finder herefter, at Veneta har krav på betaling af erstatning og vederlag på i alt 30.000 kr.

Handelsselskabets krav på erstatning

Da produkterne 15 og 16 ikke krænker Venetas rettigheder hverken efter varemærkeloven eller markedsføringsloven, er den foretagne beslaglæggelse og det nedlagte forbud sket med urette for produkt 15 og 16. Handelsselskabet har derfor krav på erstatning for den manglende fortjeneste. Under hensyn til det beskedne salg af disse produkter fastsættes erstatningen til 10.000 kr.

Sagsomkostninger

Efter sagens udfald findes Veneta og Handelsselskabet at burde bære egne omkostninger til salær og retsafgift. Veneta skal in solidum med Gucci betale omkostninger til ekstrakt, materialesamling, oversættelse og tolk i alt 140.271 kr., der er opgjort med 99.774 kr. til ekstrakt og materiale samling og 40.497 kr. til oversættelse og tolk.

Gucci

Ad brug af bidslet

Bidslet er et kendt brugselement i forbindelse med hestens hovedtøj, og sadelmagere har ofte brugt det som designelement. Bidslet er herefter overført som designelement, oftest som symbol i forbindelse med fritidsbeskæftigelse. Af den vej er det blevet en del af et modeelement. Når der således som varemærke registreres kendte symboler, må deres beskyttelse begrænses til kun at omfatte en slavisk efterligning.

Ad brug af webbing.

Webbingen er et flerfarvet bånd, der hyppigt har været anvendt på beklædninger, herunder som ordensbånd. Desuden har den været anvendt som gjorde på tasker. Gucci har gjort webbingen til et ofte anvendt element på deres produkter og fået det registreret i to farvesammensætninger som varemærke. Ligesom anført ovenfor om bidslet, må beskyttelsen af et sådant almindeligt kendt designelement begrænses til kun at omfatte en slavisk efterligning

Ad påstand 23, 28 og 29

Efter den af Harald Nielsen afgivne forklaring må det lægges til grund, at Handelsselskabet aldrig har brugt Guccis varemærke i forbindelse med de af Handelsselskabet markedsførte produkter, og den brug, der har været gjort, alene har været internt i selskabets it-system i forbindelse med nogle tilbudte varer, som aldrig blev indkøbt. Der foreligger ingen dokumentation eller indikation for, at Handelsselskabet over for sine forhandlere og samarbejdspartnere har anvendt eller henvist til ordmærket Gucci i forbindelse med markedsføring og salg af selskabets produkter. Handelsselskabet frifindes derfor for påstand 23, 28 og 29.

Ad påstand 24, 27 og 50 – navnet Gusacci

Gucci består af to stavelser og fem bogstaver. Gussacci består af tre stavelser og 8 bogstaver, hvoraf de to første og de to sidste er de samme som i Gucci. Ordene har forskellig udtalerytme og er visuelt forskellige. Retten finder derfor ikke, at navnet Gussacci krænker Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven, hvorfor Handelsselskabet frifindes for påstand 24, 27 og 50.

Ad påstand 3 og 22 samt 30 og 49 – produkt 7 og 26

Det på produkterne anvendte bidsel er forskelligt fra det registrerede, hvorfor der ikke findes at foreligge en varemærkekrænkelse ved anvendelsen af bidslet. Skoene er tillige påført den grøn-rød-grønne webbing, som det efter bevisførelsen må lægges, at Handelsselskabet har anvendt upå-talt i et betydeligt antal år. Kombinationen af bidsel og webbing, som over for Handelsselskabet kun i begrænset omfang hver for sig nyder beskyttelse som varemærke, findes at have tilstrækkeligt særpræg til at nyde beskyttelse efter markedsføringslovens § 1. Da begge produkter er påført såvel bidsel som webbing, findes der at foreligge en risiko for forveksling. Påstand 3, 22, 30 og 49 tages derfor delvist til følge.

Under hensyn til den væsentlige prisforskel, der er mellem produkterne og salgskanalerne, finder retten det ikke godtgjort, at Gucci har lidt noget afsætningstab. Vederlagskravet efter markedsføringsloven fastsættes i forhold til Handelsselskabets omsætning til 1.000 kr.

Ad påstand 4 og 31 - produkt 8

Gucci har registreret flere udformninger af G'er som figurvaremærke. En registrering af et bogstav som figurmærke kan alene gives beskyttelse i den eksakte registrerede udformning, idet der er et friholdelsesbehov i forhold til andre erhvervsdrivende. Det på skoen anvendte G er næsten lukket i modsætning til det af Gucci registrerede. Dekorationen på skoen består af bogstaverne G og C samt et blomstermotiv, som både enkeltvis og samlet er forskelligt fra Guccis registrerede varemærker. Efter en helhedsbedømmelse findes der ikke at foreligge forvekslingsrisiko og dermed overtrædelse af varemærkeloven og markedsføringsloven, hvorfor Handelsselskabet frifindes for påstand 4 og 31.

Ad påstand 5 og 32 – produkt 9

Som ovenfor anført er bidslet et udbredt designelement, som har været almindelig brugt som dekoration. De bidsler, der er på gummistøvlen, er væsentligt forskellige fra de af Gucci registrerede, hvorfor der ikke foreligger en varemærkekrænkelse. Hertil kommer, at gummistøvlen fremtræder som en almindelig billig støvle, hvorfor den almindelige forbruger ikke vil relatere den til Guccis kvalitetsprodukter. Der foreligger derfor ikke risiko for forveksling, hvorfor Handelsselskabet frifindes for påstand 5 og 32.

Ad påstand 6 og 33 – produkt 10

Efter en visuel bedømmelse fremtræder webbingen på Handelsselskabets bæltter som en fuldstændig kopi af Guccis registrerede varemærke, idet forholdet mellem de enkelte striber er ens. Af de fremlagte bilag og de afgivne forklaringer må det lægges til grund, at Handelsselskabet gennem en meget lang årrække har markedsført og solgt produkter med webbing, og at disse produkter er kommet til Guccis repræsentants kendskab, uden at der er rejst indsigelse. Retten finder derfor, at Gucci har udvist en sådan passivitet, at de ikke nu kan påberåbe sig deres rettigheder i forhold til Handelsselskabet for så vidt angår brugen af webbing. Handelsselskabet frifindes derfor for påstand 6 og 33.

Ad påstand 7 og 34 – produkt 11

Mønstret på pungens kanvas svarer til det i Danmark registrerede varemærke. Som pynt på pungen er der en grøn-rød-grøn webbing, over hvilken der er en metaldekoration bestående af et G og et bidsellignende greb, hvor grebet er et O. Dette vil blive udtalt som GO svarende til det på canvasen trykte varemærke. Metaldekoration adskiller sig visuelt væsentligt fra det af Gucci registrerede sammensmeltede dobbelt G og bidslet, således at der ikke findes at være risiko for forveksling. Heller ikke efter en helhedsbedømmelse findes produkt 11 at krænke Guccis rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven, hvorfor Handelsselskabet frifindes for påstand 7 og 24.

Ad påstand 8 og 35 – produkt 12

Produkt 12 – en handske – har som eneste pynt et bidsel på manchetten. Bidslet er en slavisk efterligning af Guccis registrerede varemærke. Efter de afgivne forklaringer finder retten, at Handelsselskabet periodevis gennem en lang årrække har solgt handsker med bidsel, uden at Gucci har gjort indsigelse. Retten finder derfor, at Gucci har udvist passivitet, jf. varemærkelovens § 9, hvorfor Handelsselskabet frifindes for påstand 8 og 35.

Ad påstand 9 og 36 – produkt 13

Tasken er en lille dametaske med to meget store halvbidsler set i forhold til taskens størrelse. Bidslerne afviger i deres form for det af Gucci registrerede halvbidsel. Dernæst fremtræder tasken som er produkt i det lavere prissegment. Når samtidigt henset til salgskanalerne, finder retten ikke, at der foreligger en risiko for forveksling, eller at en gennemsnitsoplyst forbruger vil tro, at der er en forbindelse mellem Gucci og Handelsselskabets taske. Handelsselskabet frifindes derfor for påstand 9 og 36.

Ad påstand 13 – 21 og 40-48 – produkterne 17-25

Retten har alene fået forevist de på side 24 i dommen gengivne billeder som dokumentation for krænkelserne, hvorfor rettens grundlag for at bedømme disse produkter er ufuldstændigt. Umiddelbart fremtræder taskerne og pungene som hørende til i et lavprissegment og er for en dels vedkommende overplastret med en række forvirrende detaljer/pynt, således at en forbruger næppe vil forbinde dem med Guccis kvalitetsprodukter. Det på nogle produkter anvendte G adskiller sig fra de af Gucci registrerede G'er ved at være mere rundt i forhold til det dansk registrerede varemærke og være mere åbent og aflangt i forhold til det under CTM 003836467 registrerede varemærke.

Mønstret på produkterne indeholder to modsat rettede G'er omkring et blomstermotiv. De to G'er er forskellige for Guccis i typografi, og afstanden er større. Selvom der er visse lighedspunkter med Guccis diamantmønster, finder retten ud fra en helhedsbedømmelse ikke at der foreligger en risiko for forveksling med Guccis diamantmønster. Heller ikke ved en samlet vurdering af de enkelte produkter finder retten, at en gennemsnitsoplyst forbruger med rette vil kunne antage, at der en forbindelse mellem Gucci og de af Handelselskabet solgte produkter 17-25, hvorfor Handelselskabet frifindes for påstand 13-21 og 40-48.

Ad påstand 54

Forbuddet har været nedlagt med urette for så vidt angår produkterne 8-13 og 17-25, hvorfor Gucci er ansvarlig for det omsætningstab, som Handelselskabet har lidt. Når henses til det tidligere salg af produkterne og den periode, forbuddet har omfattet, findes erstatningen skønsmæssigt at kunne fastsættes til 200.000 kr.

Efter sagens udfald og omfang skal Gucci betale 100.000 kr. til dækning af salær for fogedretten og Sø- og Handelsretten samt til dækning af retsafgift 5.100 kr.

Gucci skal in solidum med Veneta godtgøre Handelselskabets udgifter til ekstrakt og materiale samling samt til oversættelse og tolk med i alt 140.271 kr.

Ad påstande fælles for Gucci og Veneta

Ad påstand 1

Efter de ovenfor anførte om produkt 7,14 og 26 (påstand 3, 10 og 22) tages påstand 1 til følge for så vist angår disse produkter, mens bevissikringsforretningen for de øvrige produkter kendes ulovlig.

Ad påstand 2

Efter de ovenfor anførte om produkt 7,14 og 26 tages påstand 2 til følge, således at forbuddet for disse produkter er lovlig gjort og forfulgt, men forbuddet ophæves for de resterende produkter.

Ad påstand 25

Efter det ovenfor anførte om de enkelte er det alene produkt 7, 14 og 26, der krænker Guccis og Venetas rettigheder. For så vidt angår disse produkter tages Guccis og Venetas påstand til følge.

Ad påstand 26

Efter de ovenfor anførte om produkt 7,14 og 26 tages påstand 26 til følge for så vist angår disse produkter, idet der ikke er gjort indsigelse mod, at produkter, som hidrører fra Veneta, overdrages til Gucci. Handelsselskabet frifindes for påstanden om destruktion af de øvrige produkter.

Thi kendes for ret:

I forholdet mellem Guccio Gucci S.p.A. og Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S:

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i bilag 42 (produkt 7) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i bilag 42 er påført i kombination.

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 3 (produkt 7) indebærer en krænkelse af Guccio Gucci S.p.A.'s rettigheder efter og markedsføringsloven.

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i bilag 72 (produkt 26) i alle størrelser og farver og alle produkter, hvorpå de karakteristiske varemærkeelementer illustreret i bilag 72 er påført i kombination.

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 22 (produkt 26) indebærer en krænkelse af Guccio Gucci S.p.A.'s rettigheder efter og markedsføringsloven.

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S tilpligtes at overdrage alle produkter som omregnet i påstand 3, 10 og 22 til Guccio Gucci S.p.A. med henblik på destruktion.

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S frifindes for påstand 4 - 9, 13 - 21, 23 - 24, 27 - 29,

31 - 36, 40 - 48 og 50 - 51.

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S betaler inden 14 dage til Guccio Gucci S.p.A. 1.000 kr. med procesrente fra den 1. december 2008.

Guccio Gucci S.p.A. betaler inden 14 dage til Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S 200.000 kr. med procesrente fra den 24. september 2009.

I sagsomkostninger betaler Guccio Gucci S.p.A. 105.100 kr. til Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S.

Sagsomkostningsbeløbet forrentes efter rentelovens § 8a.

I forholdet mellem Bottega Veneta International SARL og Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S forbydes efter retsplejelovens kapitel 57 at importere, eksportere, producere, sælge, distribuere, markedsføre og/eller på anden måde overdrage, disponere over eller anvende produkter afbilledet i bilag 49 (produkt 14) i alle størrelser og farver.

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S tilpligtes at anerkende, at produktion, import, markedsføring, salg og/eller anden overdragelse af produkter angivet i påstand 10 (produkt 14) indebærer en krænkelse af Bottega Veneta International SARLs rettigheder efter markedsføringsloven.

Handelsselskabet frifindes for påstand 11, 12, 38 og 39.

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S betaler inden 14 dage til Bottega Veneta International SARL 35.000,00 kr. med procesrente fra 27. juli 2009.

Bottega Veneta International SARL betaler inden 14 dage til Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S 10.000 kr. med procesrente fra den 24. september 2009.

Bottega Veneta International SARL og Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S bærer

hver part egne omkostninger til salær og retsafgift..

I forholdet mellem Guccio Gucci S.p.A. og Bottega Veneta International SARL på den ene side og
Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S på den anden side:

Den af Fogedretten i Glostrup i sag nr. FS 12273-09 foretagne bevissikring 29. juni 2009 for Guccio Gucci S.p.A. og Bottega Veneta International SARL stadfæstes som lovligt gjort og forfulgt for så vidt de af påstand 3,10 og 22 omfattede produkter.

Det af Fogedretten i Glostrup i sag nr. FS 12273-09 nedlagte forbud af 17. juli 2009 for Guccio Gucci S.p.A. og Bottega Veneta International SARL stadfæstes som lovligt gjort og forfulgt for så vidt angår de af påstand 3, 10 og 22 omfattede produkter.

Forbuddet ophæves for så vidt angår de af påstand 4-9, 11-21 omfattede produkter.

Handelsselskabet Rudi og Harald Nielsen A/S påbydes som en accessorisk forpligtelse efter retsplejelovens kapitel 57 straks at tilbagekalde de af påstand 3, 10 og 22 omhandlede produkter, som er solgt forud for forbuddets nedlæggelse.

Guccio Gucci S.p.A. og Bottega Veneta SARL betaler in solidum inden 14 dage til dækning af afholdte omkostninger 140.271 kr. Sagsomkostningsbeløbet forrentes efter rentelovens § 8 a.

Christian Hvidt

Mette Christensen

Lisbet Friis

(Sign.)

— — —

Udskriftens rigtighed bekræftes

P.j.v. Sø- og Handelsretten, den