

## FÆLLES MEDDELELSE

# SAMMENLIGNING AF VARER OG TJENESTEYDELSER: BEHANDLING AF BETEGNELSER, DER MANGLER KLARHED OG PRÆCISION, OG FÆLLES FORTOLKNING AF CANON-KRITERIER OG ANDRE FAKTORER

MARTS 2025

## 1 BAGGRUND

IP-myndighederne i [Den Europæiske Unions netværk for intellektuel ejendomsret](#) arbejder fortsat sammen med henblik på at fremme konvergens inden for varemærke- og designpraksis. De er nu blevet enige om endnu et dokument om fælles praksis for varemærker med det formål at fastlægge nogle generelle principper for sammenligning af varer og tjenesteydelser, mere specifikt for behandling af betegnelser, der mangler klarhed og præcision, og for en fælles fortolkning af Canon-kriterier og andre faktorer. Den nye fælles praksis indeholder også eksempler til illustration af de tilkendegivelser, der er opnået enighed om. Specifikke spørgsmål, der ligger inden og uden for anvendelsesområdet for den fælles praksis, er beskrevet i afsnit 1.3 i samme dokument.

Dokumentet med den fælles praksis offentliggøres med denne fælles meddelelse for yderligere at forbedre gennemsigtigheden, retssikkerheden og forudsigeligheden til gavn for såvel sagsbehandlere som brugere.

## 2 FÆLLES PRAKSIS

I følgende tekst sammenfattes de vigtigste budskaber i den fælles praksis: Teksten findes i sin fulde længde i bilaget til denne fælles meddelelse.

### VIGTIGE BUDSKABER I DEN FÆLLES PRAKSIS

#### *(A) Behandling af betegnelser, der mangler klarhed og præcision*

##### CENTRALE BEGREBER

#### ***Klarhed og præcision med hensyn til varer og tjenesteydelser; ordlydsfortolkning af varer og tjenesteydelser***

Den første del af den fælles praksis beskriver de fastlagte retningslinjer for klarhed og præcision i specificeringen af varer og tjenesteydelser i henhold til IP TRANSLATOR-dommen <sup>(1)</sup> og varemærkedirektivet <sup>(2)</sup> samt principperne i den fælles praksis for CP1 – [Godkendelse af klassificeringsbetegnelserne og de generelle betegnelser i Niceklasseoverskrifterne](#). Det fremhæves heri, at klarhed og præcision er et grundlæggende krav for at definere beskyttelsesomfanget og dermed sikre retssikkerheden. Det anbefales endvidere, at IP-myndighederne informerer rettighedshaverne om behovet for at sikre, at deres fortegnelser over varer og tjenesteydelser kun indeholder klare og præcise betegnelser, og at de giver eksempler på, hvordan dette kan opnås. Afsnittet indeholder også andre uddrag fra varemærkedirektivet vedrørende ordlydsfortolkning af varer og tjenesteydelser.

---

<sup>(1)</sup> 19/06/2012, C-307/10, IP Translator, EU:C:2012:361.

<sup>(2)</sup> Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2015/2436 af 16. december 2015 om tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker.

## RELEVANT RETSPRAKSIS OG UDLEDTE PRINCIPPER

***Forpligtelsen til ikke på forhånd at udelukke den uklare og upræcise betegnelse i sammenligningen blot ved at henvise til dens manglende klarhed og præcision og princippet om, at indehaveren af varemærket ikke skal kunne drage fordel af at tilsidesætte sin pligt til at udarbejde en fortegnelse over varerne og tjenesteydelserne, der er klar og præcis.***

Dette afsnit nævner kort de vigtigste principper, der er udledt af relevante domme. I afsnittet påpeges det, at uklare og upræcise betegnelser i et ældre mærke ikke på forhånd kan udelukkes i sammenligningen af varer og tjenesteydelser blot ved at henvise til manglende klarhed og præcision. Desuden beskrives det, hvordan uklare og upræcise betegnelser i fortegnelsen over varer og tjenesteydelser ikke skal fortolkes på en måde, der er til fordel for indehaveren/ejeren af det varemærke, den pågældende betegnelse er omfattet af. Endelig forklares det, at et registreret varemærke ikke kan erklæres ugyldigt med den begrundelse, at de betegnelser, der er anvendt til at betegne varerne og tjenesteydelserne, mangler klarhed og præcision.

## PRÆMISSER, SOM DEN FÆLLES PRAKSIS ER BASERET PÅ

I dette afsnit beskrives en række præmisser, som antages at være sande, når principperne i den fælles praksis anvendes. Den første er, at den betegnelse, der skal sammenlignes, er uklar og upræcis, og at der ingen mulige tilgængelige tiltag er, som den kompetente myndighed, kan tage, eller andre omstændigheder, der kan hjælpe med at præcisere den uklare og upræcise betegnelse, og at rettighedshaveren ikke har truffet nogen foranstaltninger for at præcisere betegnelsen yderligere. Den anden vedrører behovet for at overveje den naturlige og bogstavelige betydning af uklare og upræcise betegnelser og de principper, der er udledt af den relevante retspraksis. Den tredje fastslår, at de eksempler, der anvendes som referencer i dokumentets afsnit 2.1.3.2, er udledt af den [fælles praksis for godkendelse af klassificeringstermer og de generelle angivelser i Niceklassifikationens klasseoverskrifter \(CP1\)](#).

***Principper for sammenligning af begreber, der mangler klarhed og præcision, i det ældre eller omtvistede varemærke***

Uklare eller upræcise betegnelser i det ældre eller omtvistede varemærke må ikke på forhånd udelukkes ved sammenligningen af varer og tjenesteydelser ved blot at påberåbe sig manglende klarhed og præcision. For disse betegnelser er det imidlertid kun deres naturlige og bogstavelige betydning og Nice-klassifikationen, der kan tages med i betragtning. Anvendelsen af sådanne betegnelser fortolkes ikke som en rettighed for varer eller tjenesteydelser, der ikke kan forstås som sådan. Når et udtryk desuden mangler klarhed og præcision og ikke gør det muligt for de kompetente myndigheder alene på dette grundlag klart at fastlægge det nøjagtige omfang af den beskyttelse, der skal være omfattet af dette udtryk, kan det ikke fortolkes på en måde, der er gunstig for indehaveren af det ældre eller det anfægtede varemærke.

***Behandling af den samme eller synonyme uklare og upræcise betegnelse, når den er omfattet af både det ældre og det omtvistede mærke***

Hvis begge mærker indeholder nøjagtig samme uklare og upræcise betegnelse, f.eks. "maskiner" (klasse 7), eller uklare og upræcise betegnelser, der er synonyme, f.eks. "varer af plast" og "plastartikler" (begge i klasse 20), er der fuldstændigt sammenfald mellem betegnelserne, og de skal derfor betragtes som identiske.

## **(B) Fælles fortolkning af Canon-kriterier og andre faktorer**

### **CENTRALE BEGREBER**

#### **Sammenligning af varer og tjenesteydelser; faktorer**

Formålet med dette afsnit er at præcisere visse begreber. Det bemærkes for det første, at selv om Niceklassifikationen ikke er afgørende for sammenligningen af varer og tjenesteydelser, kan de forklarende bemærkninger til klasserne være nyttige for bestemmelsen af visse af deres egenskaber. Desuden introduceres Canon-kriterierne og andre faktorer, dvs. de forskellige faktorer, der skal tages i betragtning ved vurderingen af ligheden mellem varer og tjenesteydelser, som præciseret af Den Europæiske Unions Domstol.

### **FÆLLES DEFINITIONER OG FORTOLKNINGER AF FAKTORER**

#### **Art, tilsigtet formål, anvendelsesmetode, komplementaritet, i konkurrenceforhold, distributionskanaler, relevant kundekreds, sædvanlig oprindelse**

Dette afsnit indeholder en ikke-udtømmende liste over faktorer, der skal tages i betragtning ved vurderingen af ligheden mellem varer og tjenesteydelser, nemlig: art, erklæret formål, anvendelsesmetode, komplementaritet, uanset om varerne eller tjenesteydelserne konkurrerer med hinanden, distributionskanaler, relevant kundekreds og sædvanlig oprindelse. De aftalte fælles definitioner og fortolkninger samt relevante eksempler er også omfattet. Det understreges, at disse oplysninger tjener som vejledning ved vurderingen og ikke er en indikation af et specifikt udfald.

### **FÆLLES PRINCIPPER FOR ANVENDELSE AF FAKTORERNE**

#### **Sammenhæng mellem faktorerne; de enkelte faktors betydning/vægt i vurderingen og muligheden for, at et enkelt kriterium fører til en konklusion om lighed mellem de sammenlignede varer og tjenesteydelser; sammenligningsfaktorernes anvendelighed i situationer, hvor (i) varer sammenlignes med andre varer, (ii) varer sammenlignes med tjenesteydelser, og (iii) tjenesteydelser sammenlignes med andre tjenesteydelser.**

Formålet med dette afsnit er at præsentere fælles principper for anvendelsen af de faktorer, der skal tages i betragtning ved vurderingen. Først understreges det, at der skal tages hensyn til virkeligheden på markedet i forbindelse med vurderingen af faktorerne, da dette kan have indflydelse på visse af faktorerne. Desuden indeholder afsnittet information om grupper af faktorer, der kan være indbyrdes forbundne. Herefter følger en oversigt over, hvordan forskellige faktorer afhængigt af sagen kan have forskellig vægt i vurderingen, og det fastsættes, at en enkelt faktor kan føre til en konklusion om lighed mellem varerne og tjenesteydelserne. Til sidst i afsnittet forklares det, at i princippet er de samme faktorer for sammenligning af varer med varer relevante for sammenligning af tjenester med tjenester og varer med tjenester, selv om der ved anvendelse af disse faktorer skal tages hensyn til den grundlæggende forskel mellem varer og tjenester (materiel over for immateriel). Det tilføjes, at det under visse omstændigheder kan fastslås, at der er lighed mellem varer og tjenesteydelser.

### **3 GENNEMFØRELSE**

Som det har været tilfældet med tidligere fælles praksis, træder denne fælles praksis i kraft tre måneder fra datoen for offentliggørelsen af denne fælles meddelelse. Nedenstående tabel indeholder flere detaljer om implementeringen af denne fælles praksis. De myndigheder, der implementerer den fælles praksis, kan vælge at offentliggøre supplerende nationale oplysninger på deres websteder.

#### **[Liste over myndigheder, der implementerer den fælles praksis](#)**

(\*) Hvis der er uoverensstemmelse mellem oversættelsen af den fælles meddelelse og fælles praksisdokumenterne på nogen af de officielle EU-sprog og den engelske udgave, har sidstnævnte forrang.



**FÆLLES PRAKSIS**

**SAMMENLIGNING AF VARER OG  
TJENESTEYDELSER: BEHANDLING AF  
BETEGNELSER, DER MANGLER KLARHED OG  
PRÆCISION, OG FÆLLES FORTOLKNING AF  
CANON-KRITERIER OG ANDRE FAKTORER**

MARTS 2025

## INDHOLDSFORTEGNELSE

<b>1</b>	<b>INDLEDNING .....</b>	<b>1</b>
1.1	Formålet med dette dokument.....	1
1.2	Baggrund .....	1
1.3	Anvendelsesområde for praksis .....	3
<b>2</b>	<b>FÆLLES PRAKSIS.....</b>	<b>5</b>
2.1	Sammenligning af varer og tjenesteydelser: behandling af betegnelser, der mangler klarhed og præcision.....	5
2.1.1	Indledende bemærkninger og centrale begreber .....	5
2.1.2	Relevant retspraksis og udledte principper .....	7
2.1.2.1	<i>Forpligtelsen til ikke på forhånd at udelukke den uklare og upræcise betegnelse i sammenligningen blot ved at henvise til dens manglende klarhed og præcision .....</i>	<i>7</i>
2.1.2.2	<i>Princippet om at ingen fordel må drages af at tilsidesætte pligten til at udarbejde en fortegnelse over varerne og tjenesteydelserne, der er klar og præcis .....</i>	<i>7</i>
2.1.3	Præmisser, som den fælles praksis er baseret på .....	8
2.1.3.1	<i>Principper, der skal tages i betragtning ved sammenligningen af betegnelser, der mangler klarhed og præcision, og som er omfattet af fortegnelsen over varer og tjenesteydelser i det ældre eller det anfægtede varemærke.....</i>	<i>9</i>
2.1.3.2	<i>Behandling af den samme eller synonyme uklare og upræcise betegnelse, når den er omfattet af både det ældre og det omtvistede mærke.....</i>	<i>9</i>
2.2	Sammenligning af varer og tjenesteydelser: fælles fortolkning af Canon-kriterier og andre faktorer	9
2.2.1	Indledende bemærkninger og centrale begreber .....	9
2.2.2	Fælles definitioner og fortolkninger af faktorer .....	10
2.2.3	Fælles principper for anvendelse af faktorerne .....	17

## 1 INDLEDNING

### 1.1 Formålet med dette dokument

I dette dokument om fælles praksis fastsættes nogle generelle principper for sammenligning af varer og tjenesteydelser, mere specifikt for behandling af betegnelser, der mangler klarhed og præcision, og den fælles fortolkning af Canon-kriterier og andre faktorer, samt eksempler til illustration af de tilkendegivelser, der er opnået enighed om. Det tjener som referencegrundlag for Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO), Beneluxkontoret for Intellectuel Ejendomsret (BOIP), medlemsstaternes myndigheder for intellektuel ejendomsret (herefter tilsammen benævnt "medlemsstaternes IP-myndigheder"), brugersammenslutninger samt ansøgere og deres repræsentanter.

Dokumentet om fælles praksis vil blive gjort let tilgængeligt og være let at få adgang til. Det vil give en klar og omfattende forklaring af de principper, som den er baseret på. Principperne i den fælles praksis er beregnet til at blive anvendt generelt og har til formål at dække de fleste tilfælde. Selv om sammenligningen af varer og tjenesteydelser altid vil blive foretaget fra sag til sag, tjener principperne som vejledning for at sikre, at forskellige IP-myndigheder håndterer den på en ens og forudsigelig måde. Eksemplerne skal også ses i sammenhæng med principperne i dokumentet om fælles praksis og tage udgangspunkt i de antagelser, de hviler på. De skal også ses som en præsentation af visse principper i CP15 og ikke som et pålæg om et bestemt resultat, der skal komme ud af sammenligningen af varer og tjenesteydelser.

### 1.2 Baggrund

Medlemsstaternes IP-myndigheder og brugersammenslutninger har samarbejdet aktivt om at tilnærme varemærke- og designpraksis siden oprettelsen af den [Europæiske Unions netværk for intellektuel ejendomsret](#) <sup>(1)</sup> (EUIPN) i 2011. Gennem konvergensprogrammet (2011-2015) blev syv områder inden for varemærke- og designpraksis harmoniseret. Den fælles praksis, der blev udviklet som et resultat af programmet (CP1-CP7), er blevet implementeret bredt i hele EU og har nu været gældende i en årrække.

I december 2015 vedtog Europa-Parlamentet og Rådet reformpakken for EU-varemærker. Pakken indeholdt to lovgivningsinstrumenter, nemlig [Europa-Parlamentets og Rådets forordning \(EU\) nr. 2017/1001 af 14. juni 2017 om EU-varemærker](#) (EU-varemærkeforordningen) og [Europa-Parlamentets og Rådets direktiv \(EU\) nr. 2015/2436 af 16. december 2015 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker](#) (varemærkedirektivet).

Ud over nye bestemmelser om materielle og proceduremæssige spørgsmål tilvejebragte retsakterne et stærkere retsgrundlag for et samarbejde. I henhold til EU-varemærkeforordningens artikel 151 blev samarbejdet med medlemsstaternes kontorer for intellektuel ejendomsret og BOIP om fremme af konvergens med hensyn til praksis og redskaber på området varemærker og design en central opgave for EUIPO. I henhold til artikel 152 i EU-varemærkeforordningen bør dette samarbejde omfatte udarbejdelsen af fælles standarder for undersøgelse og fastlæggelsen af fælles praksis. Desuden beskriver artikel 51-52 i varemærkedirektivet, hvordan IP-myndighederne kan samarbejde om konvergens af praksis og redskaber.

På grundlag af denne lovgivningsramme nåede EUIPO's bestyrelse i juni 2016 til enighed om vedtagelsen af de europæiske samarbejdsprojekter. Projekterne er udformet med henblik på at bygge videre på tidligere succeser og samtidig forbedre processerne og udvide rækkevidden af samarbejdet.

---

<sup>(1)</sup> Tidligere kendt som varemærke- og designnetværket (TMDN).



På konvergensområdet omfattede de et projekt specifikt dedikeret til at udpege og analysere mulige nye harmoniseringstiltag: konvergensanalyseprojektet. Projektet analyserede praksis for varemærker og design hos IP-myndighederne med henblik på at afdække områder, hvor der var divergenser, og – ved at vurdere de sandsynlige virkninger, gennemførligheden af et muligt anvendelsesområde, eksisterende retlige begrænsninger, graden af interesse blandt brugerne og anvendeligheden for IP-myndighederne – sigtede projektet mod at udpege de områder, hvor en fælles praksis ville være til størst gavn for IP-netværkets interessenter. Som et resultat af dette projekt blev der udviklet og implementeret fem fælles praksisser (CP8-CP12).

Med de specifikke bestemmelser, der kodificerer samarbejdet og konvergens af praksis i EU-retten, giver artikel 151 og 152 i EU-varemærkeforordningen og artikel 51 og 52 i varemærkedirektivet et klart mandat til yderligere tiltag. Derfor blev konvergensanalyseprojektet relanceret i juli 2020 for at identificere og definere nye konvergensprojekter, der på bedste vis ville imødekomme det europæiske IP-fællesskabs behov og interesser.

"CP15 - Sammenligning af varer og tjenesteydelser: behandling af betegnelser, der mangler klarhed og præcision, og en fælles fortolkning af Canon-kriterier og andre faktorer" blev anbefalet som det tredje konvergensprojekt, der skulle iværksættes som følge af konvergensanalyse 2.0, og som det femtende i alt.

***CP15 — Sammenligning af varer og tjenesteydelser: behandling af betegnelser, der mangler klarhed og præcision, og fælles fortolkning af Canon-kriterier og andre faktorer***

Ved en sammenligning af varer og tjenesteydelser kræves en fortolkning af ordlyden i fortegnelsen over varer og tjenesteydelser, især når de anvendte betegnelser ikke er tilstrækkeligt klare og præcise til, at de kompetente myndigheder og de erhvervsdrivende, jf. artikel 39, stk. 2, i varemærkedirektivet, alene på dette grundlag kan konstatere omfanget af den beskyttelse, som varemærket får. Desuden indebærer sammenligningen af varer og tjenesteydelser, at de pågældende varer og/eller tjenesteydelser sammenlignes på grundlag af visse kriterier, såsom Canon-kriterierne <sup>(2)</sup> og andre relevante sammenligningsfaktorer, der anvendes i praksis.

Med henblik på denne fælles praksis vil "Canon-kriterierne og andre faktorer" samlet blive betegnet som "faktorer" i hele dokumentet.

Analysen af dette emne afslørede en manglende harmonisering mellem IP-myndighederne, navnlig med hensyn til i) behandlingen af betegnelser, der mangler klarhed og præcision, og som er omfattet af det ældre eller det omtvistede mærke i en sammenligning, og ii) den konsekvente anvendelse af faktorerne i sammenligningen af varer og tjenesteydelser. Divergerende fortolkninger skabte store udfordringer for rettighedshavere, der forsøgte at beskytte og håndhæve deres varemærker i forskellige jurisdiktioner.

I lyset af ovenstående og den interesse, som langt de fleste af IP-myndighederne og brugersammenslutningerne gav udtryk for med hensyn til at forbedre ensartetheden på dette område, blev CP15-projektet godkendt til lancering af bestyrelsen i november 2022. Projektets arbejdsgruppe, der består af repræsentanter fra nogle af IP-myndighederne, EUIPO og nogle af brugersammenslutningerne, arbejdede tæt sammen i løbet af to år for at udvikle et sæt fælles principper baseret på fast retspraksis og gældende praksis under hensyntagen til den feedback, der blev modtaget fra IP-netværkets interessenter. Resultatet af IP-

---

<sup>(2)</sup> 29/09/1998, C-39/97, Canon, EU:C:1998:442

netværkets samarbejde er den fælles praksis, der er skitseret i dette dokument.

## Relevansen af Nice-klassifikationen

De varer og tjenesteydelser, for hvilke der ansøges om varemærkeregistrering, klassificeres i overensstemmelse med Niceklassifikationen <sup>(3)</sup>.

Omfanget af beskyttelsen af de betegnelser, der anvendes i fortegnelsen over varer og tjenesteydelser i sammenligningen, bestemmes i overensstemmelse med deres naturlige og sædvanlige betydning og fortolkes både i lyset af Niceklassifikationen og ud fra et kommercielt perspektiv.

Nice-klassifikationen har primært til formål at kategorisere varer og tjenesteydelser til administrative formål og er ikke afgørende for sammenligningen af dem<sup>4</sup>. Det fremgår dog af retspraksis <sup>(5)</sup>, at de forklarende bemærkninger til de forskellige klasser i den pågældende klassifikation kan være relevante for at bestemme de pågældende varers og tjenesteydelsers art og formål. Navnlig når beskrivelsen af de varer eller tjenesteydelser, for hvilke et varemærke er registreret, er så generel, at den kan omfatte meget forskellige varer eller tjenesteydelser, er det muligt at inddrage de klasser i klassificeringen, som varemærkeansøgeren har valgt, med henblik på fortolkning eller som en præcis angivelse af varenes eller tjenesteydelseernes betegnelse.

Ved vurderingen af generelle betegnelser, der er blevet anset for uklare og upræcise, tages der dog altid hensyn til det klassenummer, som betegnelsen forekommer i.

### 1.3 Anvendelsesområde for praksis

- Arbejdsområde 1 – Sammenligning af varer og tjenesteydelser: behandling af betegnelser, der mangler klarhed og præcision.

Følgende er **omfattet** af den fælles praksis:

- en aftale om de principper, der skal tages i betragtning ved sammenligning af betegnelser, der mangler klarhed og præcision, og som er omfattet af fortegnelsen over varer og tjenesteydelser for det ældre eller det omtvistede varemærke
- aftale om behandling af de samme eller synonyme uklare og upræcise betegnelser, når de er omfattet af både det ældre og det omtvistede mærke.

Følgende er **ikke** omfattet af den fælles praksis:

- vejledning eller kriterier for at afgøre, hvornår udtryk anses for at være klare og præcise på den

---

<sup>(3)</sup> Artikel 39, stk. 1, i varemærkedirektivet: Varer og tjenesteydelser, for hvilke varemærkeregistrering søges, klassificeres i overensstemmelse med det klassificeringssystem, der er fastlagt ved Nicearrangementet vedrørende international klassificering af varer og tjenesteydelser til brug ved registrering af varemærker af 15. juni 1957 (»Niceklassifikationen«).

<sup>(4)</sup> Artikel 39, stk. 7, i varemærkedirektivet: Varer og tjenesteydelser betragtes ikke som værende af samme art, blot fordi de står opført i samme klasse i Niceklassifikationen. Varer og tjenesteydelser betragtes ikke som værende forskellige, blot fordi de er opført i forskellige klasser i Niceklassifikationen.

<sup>(5)</sup> 09/09/2019, T-575/18, The Inner Circle (fig.) / InnerCircle, EU:T:2019:580, § 38, 06/10/2021, T-397/20, Juvederm, EU:T:2021:653, § 35 og 01/09/2021, T-697/20, Donas dulcesol / Dulcesol, EU:T:2021:526, § 35.

- ene side, og hvornår de mangler klarhed og præcision på den anden side <sup>(6)</sup>
  - oprettelse af en liste over konkrete betegnelser, der mangler klarhed og præcision <sup>(7)</sup>
  - konvergens mellem IP-myndighederne med hensyn til konkrete foranstaltninger/skridt og proceduremæssige aspekter i forbindelse med genåbning af klassificeringen, begrænsning af fortegnelsen over varer og tjenesteydelser gennem begrænsning eller delvist afkald samt bevis for anvendelse
  - beskrivelse af retlige begrænsninger, som hindrer implementering ved bestemte IP-myndigheder
  - sproglaterede spørgsmål (f.eks. at alle eksempler er på engelsk, og det antages, at de vil blive forstået, som en person med engelsk som modersmål ville forstå dem).
- Omfanget af arbejdsområde 2 – Sammenligning af varer og tjenesteydelser: fælles fortolkning af Canon-kriterier og andre faktorer.

Følgende er **omfattet** af den fælles praksis:

- aftale om en ikke-udtømmende liste over faktorer til sammenligning af varer og tjenesteydelser og om deres fælles definition og fortolkning
- en aftale om fælles principper for anvendelse af faktorerne i praksis, herunder følgende:
  - den indbyrdes sammenhæng mellem faktorerne (f.eks. de enkelte faktors betydning/vægt i vurderingen og muligheden for, at en enkelt faktor fører til en konklusion om, at de sammenlignede varer og tjenesteydelser ligner hinanden)
  - faktorerens anvendelighed i situationer, hvor (i) varer sammenlignes med andre varer, (ii) varer sammenlignes med tjenesteydelser, og (iii) tjenesteydelser sammenlignes med andre tjenesteydelser
- en aftale om eksempler for at illustrere den fælles definition, fortolkning og anvendelse af faktorerne i praksis.

Følgende er **ikke** omfattet af den fælles praksis:

- udarbejdelse af en liste over specifikke par af betegnelser med et bestemt resultat af sammenligningen
- vurdering af de forskellige sammenhænge, hvori sammenligningen af varer og tjenesteydelser spiller en rolle (f.eks. risiko for forveksling, ansøgning fra en agent, fastlæggelse af forbindelsen mellem de tegn, der er strid om i renommésager osv.), eller enhver anden del heraf, som går ud over sammenligningen af varerne og tjenesteydelserne som sådan
- forbedring eller opdatering af værktøjer, der bruges til sammenligning af varer og tjenester (f.eks. Similarity-værktøjet);
- beskrivelse af retlige begrænsninger, som hindrer implementering ved bestemte IP-myndigheder.
- sproglaterede spørgsmål (f.eks. at alle eksempler er på engelsk, og det antages, at de vil blive

---

<sup>(6)</sup> Se [Fælles meddelelse om den fælles praksis for godkendelse af klassificeringsbetegnelser og de generelle angivelser i Niceklassifikationens klasseoverskrifter](#)

<sup>(7)</sup> *Ibid.*

forstået, som en person med engelsk som modersmål ville forstå dem).

## 2 FÆLLES PRAKSIS

### 2.1 Sammenligning af varer og tjenesteydelser: behandling af betegnelser, der mangler klarhed og præcision

#### 2.1.1 Indledende bemærkninger og centrale begreber

#### Klarhed og præcision af varer og tjenesteydelser

Gennem IP TRANSLATOR-dommen <sup>(8)</sup> fastlagde Den Europæiske Unions Domstol (EU-Domstolen) begrebet "tilstrækkelig klarhed og præcision" for specifikationerne af de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af en varemærkeansøgning. I følge denne dom skal de varer og tjenesteydelser, for hvilke der søges beskyttelse, identificeres af ansøgeren med tilstrækkelig klarhed og præcision, således at de kompetente myndigheder og de erhvervsdrivende alene på dette grundlag har mulighed for at fastlægge omfanget af den beskyttelse, varemærket giver. Desuden fastslog EU-Domstolen, at nogle af de generelle angivelser i Niceklassifikationens klasseoverskrifter ikke opfylder dette krav, da de er alt for generelle og omfatter varer eller tjenesteydelser, der er alt for forskelligartede til at være forenelige med varemærkets oprindelsesfunktion<sup>(9)</sup>.

EU-Domstolens konklusioner i denne dom blev efterfølgende afspejlet i varemærkedirektivet, nemlig:

I medfør af betragtning 37 i varemærkedirektivet: "*(...) For at gøre det muligt for de kompetente myndigheder og de erhvervsdrivende at fastslå omfanget af den varemærkebeskyttelse, der søges, alene på grundlag af ansøgningen, bør angivelsen af varer og tjenesteydelser være tilstrækkelig klar og præcis (...)*".

Artikel 3, stk. 2, i varemærkedirektivet har følgende ordlyd: "*De varer og tjenesteydelser, for hvilke der søges beskyttelse, identificeres af ansøgeren med tilstrækkelig klarhed og præcision, således at de kompetente myndigheder og de erhvervsdrivende alene på dette grundlag har mulighed for at konstatere omfanget af den beskyttelse, der søges*".

I medfør af artikel 39, stk. 3, i varemærkedirektivet gælder kravet om standarder for klarhed og præcision for alle generelle betegnelser, der anvendes i en fortegnelse over varer og tjenesteydelser, herunder de generelle angivelser i klasseoverskrifterne i Niceklassifikationen: *Med henblik på stk. 2 kan de generelle angivelser i Niceklassifikationens klasseoverskrifter eller andre generelle betegnelser anvendes, forudsat at de er i overensstemmelse med de nødvendige standarder for klarhed og præcision fastsat i denne artikel*.

Varemærkebeskyttelse tildes i relation til bestemte varer eller tjenester, hvis karakter bestemmer omfanget af den beskyttelse, som varemærkeindehaveren får. Klarhed og præcision i specifikationen af varer og tjenesteydelser er derfor et grundlæggende krav ved indgivelse af en varemærkeansøgning for at sikre overholdelse af princippet om retssikkerhed med hensyn til omfanget af den beskyttelse, som varemærket giver. Det endelige formål med bestemmelsen i artikel 39, stk. 2, i varemærkedirektivet er at sikre, at indholdet af registret opfylder kravet om klarhed og præcision. Den formulering, der anvendes for varer og tjenesteydelser, tjener til at definere omfanget af beskyttelsen af varemærker og udgør udgangspunktet for

---

<sup>(8)</sup> 19/06/2012, C-307/10, IP Translator, EU:C:2012:361.

<sup>(9)</sup> 19/06/2012, C-307/10, IP Translator, EU:C:2012:361, § 54.

behandlingen i alle sager, hvor det er relevant. Dette fremgår også af national retspraksis <sup>(10)</sup>.

Hvad angår konvergensen af praksis er en beskrivelse af varer og tjenesteydelser tilstrækkelig klar og præcis, når dens beskyttelsesomfang kan forstås ud fra dens naturlige og sædvanlige betydning, jf. [den fælles praksis for godkendelse af klassificeringsbetegnelser og de generelle angivelser i Niceklasseoverskrifterne](#) (CP1, kapitel 1), som er baseret på konklusionerne i IP TRANSLATOR-dommen. Hvis omfanget af beskyttelsen ikke fremgår heraf, kan der opnås tilstrækkelig klarhed og præcision ved at identificere andre relevante aspekter såsom karakteristika, formål og/eller identificerbar markedssektor. Faktorer, der kan bidrage til at identificere markedssektoren, kan f.eks. være følgende:

- forbrugere og/eller salgskanaler
- kvalifikationer og knowhow, der skal anvendes/opnås
- tekniske færdigheder, der skal anvendes/opnås.

Ud fra ovenstående, og som anført i IP TRANSLATOR-dommen, kan det konkluderes, at en ordlyd eller en betegnelse **ikke er tilstrækkeligt klar og præcis**, når den omfatter varer og tjenesteydelser, som er for generelle og omfatter varer eller tjenesteydelser, der er for forskelligartede til at være forenelige med varemærkets oprindelsesfunktion <sup>(11)</sup>. Denne situation indebærer, at det ikke med en rimelig grad af sikkerhed er muligt at udlede hvilke bestemte varer/tjenesteydelser, der faktisk er omfattet, og at ordlyden eller den generelle betegnelse ikke i sig selv tilstrækkeligt afslører den kommercielle art og egenskaberne af varerne/tjenesteydelserne, der skal omfattes, såsom deres tiltænkte formål, anvendelsesmetode, den målrettede relevante kundekreds, distributionskanalerne, den relevante markedssektor eller sædvanlige handelsmæssige oprindelse.

I denne henseende indeholder den [fælles praksis for godkendelse af klassificeringstermer og de generelle betegnelser i Niceklasseoverskrifterne](#) (CP1 kapitel 2) en liste over de generelle angivelser i Niceklasseoverskrifterne, som blev anset for at mangle den klarhed og præcision, der kræves for at specificere omfanget af den beskyttelse, de ville give, og som derfor ikke kan godkendes uden yderligere specifikation, samt årsagerne hertil.

Det følger af ovenstående, at klarhed og præcision er et grundlæggende krav med hensyn til betegnelserne i fortegnelsen over varer og tjenesteydelser. Det kan imidlertid ikke udelukkes, at registret kan indeholde betegnelser, der mangler klarhed og præcision, i en fortegnelse over varer og tjenesteydelser, der er omfattet af et ældre varemærke, eller varer og tjenesteydelser, der ikke er klassificeret i overensstemmelse med Niceklassifikationen <sup>(12)</sup>.

Som en generel anbefaling opfordres IP-myndigheder til at **give rettighedshavere generelle oplysninger om, at det er nødvendigt at sikre, at deres fortegnelser over varer og tjenesteydelser kun indeholder klare og præcise betegnelser**, samtidig med at princippet om upartiskhed overholdes. Dette kan f.eks. opnås på følgende måder via:

---

<sup>(10)</sup> Den tyske føderale patentdomstols afgørelse af 7.10.2019, 29 W (pat) 26/15 – limango/Mango; EuGH GRUR 2014. I denne sag blev det understreget, at varerne og tjenesteydelserne skal specificeres klart og utvetydigt, så varemærkets beskyttelsesomfang kan fastlægges på en hurtig, fuldt ud dækkende og utvetydig måde.

<sup>(11)</sup> 19/06/2012, C-307/10, IP Translator, EU:C:2012:361, § 54.

<sup>(12)</sup> Se i den forbindelse 24/01/2017, T-258/08, DIACOR/DIACOL, EU:T:2017:22, hvor en portugisisk registrering fra 1936, som omfattede "varer i klasse 79" i overensstemmelse med den nationale klassificering af varer, der var gældende på det pågældende tidspunkt, kan gøres gældende mod en ansøgning om et EU-varemærke.

- oplysninger i IP-myndighedernes officielle retningslinjer eller i andre officielle kilder eller
- oplysninger, der gives ved fornyelse af varemærket, eller
- oplysninger i et meddelelsesbrev sendt til begge parter i en tvist, uanset om fortegnelserne over varer og tjenesteydelser indeholder betegnelser, der mangler klarhed og præcision, og uanset hvilken sag det drejer sig om.

Det skal understreges, at hver IP-myndighed frit kan vælge, på hvilke måder de vil øge bevidstheden om kravet om klarhed og præcision i specifikationen af varer og tjenesteydelser og tilpasse dem til deres egne ressourcer og praksis.

### Fortolkning af varerne og tjenesteydelserne

I medfør af betragtning 37 i varemærkedirektivet: " (...) *Anvendelsen af generelle betegnelser bør fortolkes således, at den kun omfatter alle de varer og tjenesteydelser, som tydeligt er omfattet af betegnelserne i deres bogstavelige forstand (...)*".

Desuden bør "*Anvendelsen af generelle betegnelser, herunder de generelle angivelser i Niceklassifikationens klasseoverskrifter, fortolkes som omfattende alle de varer og tjenesteydelser, der ud fra en ordlydsfortolkning klart er omfattet af den pågældende angivelse eller betegnelse*", jf. artikel 39, stk. 5, i varemærkedirektivet. *Anvendelsen af sådanne betegnelser eller angivelser fortolkes ikke som en rettighed for varer eller tjenesteydelser, der ikke kan forstås som sådan*".

#### 2.1.2 Relevant retspraksis og udledte principper

##### 2.1.2.1 Forpligtelsen til ikke på forhånd at udelukke den uklare og upræcise betegnelse i sammenligningen blot ved at henvise til dens manglende klarhed og præcision

Det kan udledes af BURLINGTON-dommen <sup>(13)</sup>, og som også gentaget i efterfølgende domme <sup>(14)</sup>, at uklare og upræcise betegnelser i det ældre varemærke ikke kan udelukkes på forhånd i sammenligningen af varer og tjenesteydelser blot ved at henvise til manglende klarhed og præcision. Uklare eller upræcise betegnelser i det ældre mærke skal derfor sammenlignes med de omtvistede varer og tjenesteydelser.

##### 2.1.2.2 Princippet om at ingen fordel må drages af at tilsidesætte pligten til at udarbejde en fortegnelse over varerne og tjenesteydelserne, der er klar og præcis

Som hovedregel er indehaveren af et varemærke forpligtet til at sikre, at fortegnelsen over varer og tjenesteydelser opfylder kravet om klarhed og præcision <sup>(15)</sup>.

Hvis rettighedshaveren ikke overholder ovennævnte krav, skal ingen uklare eller upræcise betegnelser i fortegnelsen over varer og tjenesteydelser fortolkes på en måde, der er til fordel for indehaveren/ejeren af det varemærke, den pågældende betegnelse er omfattet af. Retten anvendte først dette princip i GREEN BY MISSAKO-dommen <sup>(16)</sup> ( "detailsalg i forretninger" i klasse 35, uden yderligere specifikation, omfattet af et

---

<sup>(13)</sup> 04/03/2020, C-155/18 P, C-156/18 P, C-157/18 P & C-158/18 P, BURLINGTON / BURLINGTON ARCADE et al., EU:C:2020:151, § 134-135.

<sup>(14)</sup> 24/02/2021, T-56/20, Vroom / Pop & Vroom, EU:T:2021:103, § 31; 01/03/2023, T-295/22, The Crush Series (fig.) / Crush (fig.), EU:T:2023:97, § 30-31.

<sup>(15)</sup> 09/07/2015, EUIPO Grand Board R 863/2011-G, Malta Cross International Foundation (fig.) / Maltesisk cross (fig.), § 55.

<sup>(16)</sup> 11/11/2009, T-162/08, GREEN by missako (fig.)/ MI SA KO (fig.), EU:T:2009:432, § 31.

ældre nationalt varemærke) og derefter EU-Domstolen i CLUB GOURMET-dommen <sup>(17)</sup> (uklar beskrivelse af tjenesteydelser i klasse 35, omfattet af et ældre nationalt varemærke med følgende ordlyd: "*En reklameslogan. Den finder anvendelse på de varer, som er dækket af varemærkerne*"). I dommen vedrørende NANA FINK <sup>(18)</sup> ("varer af læder og læderimitationer samt varer fremstillet heraf (indeholdt i klasse 18)") fastslog Retten, at "*indehaveren af varemærket ikke kan drage fordel af en tilsidesættelse af sin pligt til at udfærdige en liste over varerne på en klar og præcis måde*". "*Den pågældende ordlyd må under alle omstændigheder ikke kunne fortolkes således, at den ligeledes til fordel for sagsøgeren omfatter "læderimitationer" som sådanne*". Dette princip er blevet gentaget af Retten i forskellige efterfølgende domme <sup>(19)</sup>.

#### Ingen grund til annullation af registrerede varemærker, der indeholder uklare og upræcise betegnelser

Som fastslået af EU-Domstolen i dommen vedrørende SKY <sup>(20)</sup> er det ikke muligt at løse problemet med en uklar og upræcis betegnelse i et registreret varemærke ved at anmode om annullation af varemærket på baggrund af den pågældende betegnelse. Domstolen fastslog navnlig, at et varemærke "*ikke kan erklæres helt eller delvist ugyldigt med den begrundelse, at de begreber, der er anvendt til at betegne de varer og tjenesteydelser, for hvilke dette varemærke er blevet registreret, mangler tilstrækkelig klarhed og præcision*".

Desuden gentog Retten i dommen vedrørende VROOM, at den manglende klarhed og præcision af de ord, der er anvendt til at betegne de varer og/eller tjenesteydelser, der er omfattet af registreringen af et ældre varemærke, under ingen omstændigheder kan betragtes som en ugyldighedsgrund for det pågældende varemærke <sup>(21)</sup>.

#### 2.1.3 Præmisser, som den fælles praksis er baseret på

Arbejdsgang 1 i denne fælles praksis er baseret på den antagelse, at den betegnelse, der skal indgå i sammenligningen, er uklar og upræcis, at klassificeringen ikke kan imødekommes, at rettighedshaveren ikke har truffet nogen foranstaltninger (begrænsning eller delvist afkald) for at specificere den yderligere, og at der ikke er anmodet om og indsendt noget bevis for brug, som på anden vis potentielt vil kunne hjælpe med at bestemme dens beskyttelsesomfang.

I *inter partes* -sager, hvor et udtryk, der mangler klarhed og præcision i fortegnelsen over varer og tjenesteydelser, er relevant for sammenligningen, skal omfanget af beskyttelsen af en sådant betegnelse derfor fortolkes på grundlag af i) dens naturlige og bogstavelige betydning og ii) under hensyntagen til de principper, der følger af den relevante retspraksis, som også nævnt ovenfor i dette dokument.

For at undgå tvetydighed med hensyn til visse betegnelsers klarhed og præcision er de eksempler, der anvendes som illustrativ reference i afsnit 2.1.3.2, afledt af den [fælles praksis for godkendelse af klassificeringstermer og de generelle betegnelser i Niceklassifikationsklasseoverskrifterne \(CP1\)](#) som omfatter et sæt retningslinjer, alle IP-myndigheder er blevet enige om, og som identificerer de generelle angivelser, der ikke er tilstrækkeligt klare og præcise til at fastlægge deres beskyttelsesomfang.

---

<sup>(17)</sup> 06/02/2014, C-301/13 P, CLUB GOURMET / CLUB DEL GOURMET EN EL CORTE INGLÉS (fig.) et al., EU:C:2014:235, § 66-67.

<sup>(18)</sup> 06/04/2017, T-39/16, NANA FINK (fig.) / NANA, EU:T:2017:263, § 48.

<sup>(19)</sup> 27/09/2018, T-472/17, Camele'on (fig.) / CHAMELEON, EU:T:2018:613, § 29; 18/10/2018, T-533/17, nuuna (fig.) / NANU et al., EU:T:2018:698, § 62; 28/11/2019, T-736/18, Bergsteiger / BERG (fig.) et al., EU:T:2019:826, § 80.

<sup>(20)</sup> 29/01/2020, C-371/18, SKY, EU:C:2020:45, § 71.

<sup>(21)</sup> 24/02/2021, T-56/20, Vroom / Pop & Vroom, EU:T:2021:103, § 29.

*2.1.3.1 Principper, der skal tages i betragtning ved sammenligningen af betegnelser, der mangler klarhed og præcision, og som er omfattet af fortegnelsen over varer og tjenesteydelser i det ældre eller det anfægtede varemærke*

Som allerede nævnt må uklare eller upræcise betegnelser i det ældre eller det anfægtede varemærke ikke på forhånd udelukkes ved sammenligningen af varer og tjenesteydelser ved blot at henvise til manglende klarhed og præcision.

For disse betegnelser er det imidlertid kun deres naturlige og bogstavelige betydning og Nice-klassifikationen, der kan tages med i betragtning. Anvendelsen af sådanne betegnelser fortolkes ikke som en rettighed for varer eller tjenesteydelser, der ikke kan forstås som sådan.

Når et udtryk desuden mangler klarhed og præcision og ikke gør det muligt for de kompetente myndigheder alene på dette grundlag klart at fastlægge det nøjagtige omfang af den beskyttelse, der skal være omfattet af dette udtryk, kan det ikke fortolkes på en måde, der er gunstig for indehaveren af det ældre eller det anfægtede varemærke.

*2.1.3.2 Behandling af den samme eller synonyme uklare og upræcise betegnelse, når den er omfattet af både det ældre og det omtvistede mærke*

Hvis begge mærker indeholder nøjagtigt samme uklare og upræcise betegnelse, f.eks. "maskiner" (klasse 7), eller uklare og upræcise betegnelser, der er synonyme, f.eks. "varer af plast" og "plastartikler" (begge i klasse 20), er der fuldstændigt sammenfald mellem betegnelserne, og de skal derfor betragtes som identiske.

## **2.2 Sammenligning af varer og tjenesteydelser: fælles fortolkning af Canon-kriterier og andre faktorer**

### *2.2.1 Indledende bemærkninger og centrale begreber*

#### **Sammenligning af varer og tjenesteydelser**

Sammenligningen af varer og tjenesteydelser foretages i flere undersøgelsessammenhænge, f.eks. i forbindelse med vurderingen af risikoen for forveksling i henhold til artikel 5, stk. 1, litra b), i varemærkedirektivet.

De varer og tjenesteydelser, for hvilke der ansøges om varemærkeregistrering, klassificeres i overensstemmelse med Niceklassifikationen <sup>(22)</sup>. Det er ikke afgørende for sammenligningen <sup>(23)</sup>, da det primært tjener til at kategorisere varer og tjenester til administrative formål. De forklarende bemærkninger til de forskellige klasser kan imidlertid give nyttige oplysninger og være relevante for at bestemme visse egenskaber ved varer og tjenesteydelser, såsom de pågældende varers og tjenesteydelsers art, formål, funktion og sammensætning <sup>(24)</sup>.

Sammenligningen af varer og tjenesteydelser omfatter en vurdering af par af varer og tjenesteydelser baseret på visse faktorer.

---

<sup>(22)</sup> Artikel 39, stk. 1, i varemærkedirektivet.

<sup>(23)</sup> Artikel 39, stk. 7, i varemærkedirektivet.

<sup>(24)</sup> 09/09/2019, T-575/18, The Inner Circle (fig.) / InnerCircle, EU: T:2019:580, § 38 og 06/10/2021, T-397/20, Juvederm, EU:T:2021:653, § 35 og 01/09/2021, T 697/20, Donas dulcesol / Dulcesol, EU:T:2021:526, § 35.



## Faktorer

Generelt kan to genstande være af lignende art, når de har nogle karakteristiske træk til fælles. Lighed mellem varer og tjenesteydelser afhænger ikke af et bestemt antal faktorer, der kunne fastlægges på forhånd og anvendes i alle tilfælde.

Ligheden mellem varer og tjenesteydelser blev behandlet i CANON-dommen, hvor EU-Domstolen fandt, at der bør tages hensyn til alle relevante faktorer ved vurderingen af ligheden mellem varer og/eller tjenesteydelser.

Disse faktorer omfatter bl.a. deres art, deres "tiltænkte formål" og deres anvendelsesmetode, og om de står i konkurrenceforhold til eller supplerer hinanden <sup>(25)</sup>. Disse faktorer benævnes under et Canon-kriterier.

Ud over ovennævnte faktorer tages andre faktorer ofte i betragtning inden for retspraksis og IP-myndighedernes praksis, når varer og tjenesteydelser sammenlignes, såsom distributionskanaler <sup>(26)</sup>, relevant kundekreds og sædvanlig oprindelse <sup>(27)</sup>.

### 2.2.2 Fælles definitioner og fortolkninger af faktorer

Som nævnt ovenfor fandt EU-Domstolen, at der ved vurderingen af ligheden mellem varer og tjenesteydelser bør tages hensyn til alle relevante faktorer <sup>(28)</sup>.

Fortegnelsen over faktorer omfatter bl.a. deres art, anvendelsesformål, anvendelsesmåde, komplementaritet, hvor vidt varerne eller tjenesteydelserne konkurrerer med hinanden, distributionskanaler, relevant kundekreds og sædvanlig oprindelse. Denne fortegnelse bør betragtes som ikke-udtømmende, fordi der kan være andre faktorer udover eller i stedet for de ovennævnte, som kan være relevante, afhængigt af det enkelte tilfælde.

I forbindelse med denne fælles praksis skal definitionerne og fortolkningerne af faktorerne gøre det muligt for brugeren at forstå, under hvilke omstændigheder de varer og tjenesteydelser der sammenlignes, kan anses for at være sammenfaldende eller ikke sammenfaldende med hensyn til visse faktorer. Disse definitioner, fortolkninger og eksempler tjener derfor som vejledning ved vurderingen og bør ikke ses som en indikation af bestemte resultater ved sammenligningen af specifikke varer og tjenester.

I følgende punkter fastlægges og illustreres de forskellige faktorer for lighed mellem varer og tjenesteydelser.

## Art

Det spørgsmål, der skal stilles, er: "Hvad er det?".

---

<sup>(25)</sup> 29/09/1998, C-39/97, Canon, EU:C:1998:442, § 28.

<sup>(26)</sup> 11/07/2007, T-443/05, PiraÑAM diseño original Juan Bolaños (fig.) / PIRANHA, EU:T:2007:219, § 37.

<sup>(27)</sup> 04/11/2003, T-85/02, Castillo/EI Castillo (fig.), Eugén312 (fig.), § 38; 02/06/2021, T-177/20, Hispano Suiza/Hispano Suiza, EUFédé-Tfédé-2021, § 51 og den deri nævnte retspraksis; 18/07/2013, EUIPO Grand Board R 233/2012-G, PAPAGAYO ORGANIC/PAPAGAYO, § 67; 13/04/2022, EUIPO Grand Board R 964/2020-G, ZORAYA/VIÑA ZORAYA, § 33.

<sup>(28)</sup> 29/09/1998, C-39/97, Canon, EU:C:1998:442, § 28.

Ved et produkts eller en tjenesteydelses art forstås de væsentlige, grundlæggende, iboende træk, kvaliteter eller egenskaber, som dette produkt eller denne tjenesteydelse er kendetegnet ved ud fra et kommercielt perspektiv. Det kan være sammensætning, funktionsprincip og fysiske forhold i forhold til varer og type eller kategori af aktivitet, der leveres til tredjeparter i forbindelse med tjenesteydelser.

Betydningen af det kommercielle perspektiv illustreres i følgende eksempel: "Bilshampoo" anses for at være af en anden beskaffenhed end "hårshampoo" (begge i klasse 3) som kosmetisk præparat. Selv om begge er vaskemidler, er det vigtigt fra et kommercielt synspunkt, at det ene markedsføres som et hårplejepreparat, mens det andet markedsføres som et rengøringsprodukt til køretøjer.

Den omstændighed, at varer/tjenesteydelser, der skal sammenlignes, falder ind under den samme brede kategori, betyder ikke automatisk, at de er identiske.

Men når de varer og tjenesteydelser, der skal sammenlignes, falder ind under en tilstrækkelig snæver kategori, taler det for, at de er af samme art.

Med hensyn til **varer** kan en række forskellige egenskaber være nyttige til at bestemme deres art. Det drejer sig om følgende:

- **Sammensætning:** f.eks. ingredienser og materialer, som varerne er fremstillet med.

"Kondenseret mælk" og "ost" (begge i klasse 29) er af samme art, fordi de tilhører den samme produktkategori, nemlig mælkeprodukter, som er en underkategori inden for fødevarer <sup>(29)</sup>.

- **Funktionsprincippet:** for eksempel mekanisk funktion, med eller uden maskine/motor, optisk, elektrisk, biologisk eller kemisk funktion.

"Teleskop" og "kikkerter" (begge i klasse 9) er af samme art, fordi de har samme funktionsprincip, dvs. optisk.

- **Fysisk aspekt:** for eksempel flydende/fast, hård/blød, bøjelig/stiv.

Alle drikkevarer er flydende. Når man sammenligner to forskellige drikkevarer, bør deres fysiske aspekt dog ikke være afgørende: Mælk (klasse 29) er ikke af samme art som en alkoholholdig drik (klasse 33).

Ovennævnte liste over funktioner bør klart betragtes som ikke-udtømmende.

Væsentlige forskelle i disse egenskaber, kvaliteter eller egenskaber udelukker ofte, at det kan fastslås, at varerne og tjenesteydelserne er af samme art.

Ved bestemmelsen af **tjenesteydelsers** art kan sammensætningen af egenskaber, funktionsprincip og fysiske forhold ikke lægges til grund, eftersom tjenesteydelser er immaterielle. Arten kan navnlig bestemmes ved den

---

<sup>(29)</sup> 04/11/2003, T-85/02, CASTILLO / El Castillo (fig.), EU:T:2003:288, § 33.

form for aktivitet, der udføres for andre. I de fleste tilfælde er det den kategori, som tjenesteydelsen henhører under, der bestemmer dens art. Taxatjenester (klasse 39) er f.eks. af samme art som bustjenester (klasse 39), da de begge er transportydelser.

### Anvendelsesformål

De spørgsmål, der skal stilles, er følgende: 1) "Hvilke behov opfylder disse varer og/eller tjenesteydelser?" og 2) "Hvilke problemer løser de?".

Formålet bestemmes af varernes/tjenesteydelsernes funktion.

Ved "påtænkt formål" forstås den tilsigtede anvendelse af varerne og tjenesteydelserne, herunder de påtænkte anvendelser af multifunktionelle produkter, og ikke nogen anden mulig anvendelse.

"Eddike" (klasse 30) f.eks. kan også bruges som et hjemmelavet rengøringsmiddel. Det tilsigtede formål er dog at blive anvendt som dagligt krydderi.

Formålet skal defineres på en tilstrækkelig snæver måde. Jo mere præcist sammenfald der er mellem varerne og tjenesteydelserne med hensyn til at opfylde de samme behov hos forbrugerne eller løse de samme problemer, jo større betydning har den tiltænkte anvendelse som faktor.

Hvis varerne og tjenesteydelserne kun i meget brede vendinger er rettet mod den samme kundekredsens behov, reducerer dette betydningen af faktoren for det tilsigtede formål og kan endda udelukke konklusionen om, at denne faktor er sammenfaldende med hensyn til den tiltænkte anvendelse.

Hvad angår det første spørgsmål i dette underafsnit – en "køkkenkniv" (klasse 8) kan bruges som skruetrækker. Det tilsigtede formål med den er imidlertid at blive brugt til at skære i madvarer inden for fødevarersektoren.

Som svar på det andet spørgsmål består "annonce- og reklamevirksomhed" (klasse 35) f.eks. i at yde andre bistand med salget af deres varer og tjenesteydelser ved at fremme deres markedsføring og/eller salg eller styrke kundens markedsposition og gøre dem i stand til at opnå konkurrencefordele gennem reklameaktiviteter. Et andet eksempel i forbindelse med det andet spørgsmål er "ejendomsmæglervirksomhed", som omfatter ejendomsforvaltning og evaluering og ejendomsmæglerbureauvirksomhed såvel som rådgivning og tilvejebringelse af relateret information. Denne virksomhed går primært ud på at finde ejendomme, stille dem til rådighed for potentielle købere og fungere som mellemmand.

### Anvendelsesmåde

Det spørgsmål, der skal stilles, er følgende: Hvordan anvendes disse varer/tjenesteydelser?.

Anvendelsesmetoden bestemmer den måde, hvorpå varerne og tjenesteydelserne anvendes til at opfylde deres formål.

Anvendelsesmetoden følger ofte direkte af varernes og tjenesteydelsernes art og/eller tilsigtede anvendelsesformål og har derfor i sig selv kun ringe eller ingen betydning for lighedsanalysen. Uanset ovenstående forklaring kan anvendelsesmetoden være vigtig, uafhængigt af art og formål, når den kendetegner varerne og/eller tjenesteydelserne.

Selv når anvendelsesmetoden kendetegner de varer og/eller tjenesteydelser, der sammenlignes, og når den er identisk for både varer og/eller tjenesteydelser, vil denne omstændighed alene ikke være tilstrækkelig til at fastslå lighed. For eksempel har "tyggegummi" (klasse 30) og "nikotintyggegummi til brug som hjælp til rygestop" (klasse 5) samme anvendelsesmetode, men de er af forskellig slags og har forskelligt formål.

### Komplementaritet

De kumulative spørgsmål, der skal stilles, er følgende: "Er det ene uundværligt (essentielt) eller vigtigt (betydelig) for brugen af det andet? **og** "Er forbindelsen/koblingen så tæt, at forbrugerne kan tro, at ansvaret for fremstillingen af disse varer eller for leveringen af disse tjenesteydelser ligger hos samme virksomhed?"

Varer og tjenesteydelser er komplementære, hvis der er en tæt forbindelse mellem dem i den forstand, at den ene er uundværlig (essentielt) eller vigtig (betydelig) for brugen af den anden på en sådan måde, at forbrugerne kan tro, at ansvaret for produktionen af disse varer eller leveringen af disse tjenesteydelser ligger hos samme virksomhed <sup>(30)</sup>.

Forbindelsen mellem varerne og/eller tjenesteydelserne skal etableres med tilstrækkelig vished. Når forbindelsen mellem varerne og/ eller tjenesteydelserne ikke er tæt nok til, at de hver især er uundværlige (essentielle) eller vigtige (betydelige) for brugen af de andre, kan der ikke findes nogen komplementaritet.

En **funktionel** forbindelse mellem varer og/eller tjenesteydelser vil som regel være en stærk indikation af komplementaritet: F.eks. når en vare eller tjenesteydelse er nødvendig for, at den anden fungerer, den ene muliggør brugen af den anden, eller den ene ikke kan bruges uden den anden. For eksempel supplerer "applikatorer til hårfarvningslotioner" (klasse 21) "hårfarvningslotioner" (klasse 3) og bruges til at påføre sidstnævnte på en korrekt måde.

Der kan også være en forbindelse mellem et bestemt produkt på den ene side, og dets dele, komponenter og tilbehør på den anden side. Der er derfor komplementaritet, når respektive dele/komponenter/tilbehør sælges for sig og er nødvendige for at sikre ordentlig brug af det endelige produkt og/eller når delen/komponenten/tilbehøret ikke kan opfylde sit tiltænkte formål, hvis den ikke er inkluderet i det endelige produkt.

<sup>(30)</sup> 11/05/2011, T-74/10, FLACO / FLACO, EU: T:2011:207, § 40; 21/11/2012, T-558/11, ARTIS / ARTIS, EU: T:2012:615, § 25 og 04/02/2013, T-504/11, DIGNITUDE / Dignity, EU:T:2013:57, § 44.

Fælles brug af varer og eller tjenesteydelser, hvor det er et spørgsmål om bekvemmelighed eller om forbrugeres vaner eller præferencer, udgør imidlertid ikke komplementaritet. Hvis det kun er frivilligt og ikke nødvendigt eller vigtigt at anvende dem sammen, mangler den nødvendige tætte forbindelse <sup>(31)</sup>.

Den relevante kundekreds for og den sædvanlige handelsmæssige oprindelse af varerne og tjenesteydelserne er vigtige faktorer for at fastslå komplementaritet.

Derfor gælder altså følgende:

1. Per definition skal supplerende varer eller tjenesteydelser kunne bruges sammen, hvilket indebærer, at varer og tjenesteydelser, der er rettet mod forskellige kundekredse, ikke kan være komplementære <sup>(32)</sup>.
2. Der er ingen komplementaritet mellem varer og tjenesteydelser, der ikke forventes at have den samme handelsmæssige oprindelse<sup>33</sup>.
3. Ved vurderingen af om forbrugeren sædvanligvis forventer, at der er en forbindelse mellem varerne og/eller tjenesteydelserne, bør der tages højde for markedets økonomiske virkelighed, som den foreligger på nuværende tidspunkt <sup>(34)</sup>.

Det kan ikke udelukkes inden for nogle sektorer, såsom mode-, krops- og ansigtsplejesektoren, at varer, som er forskellige med hensyn til art, formål og/eller anvendelsesmetode, kan anses for at "komplettere hinanden i æstetisk henseende" i den relevante kundekreds <sup>(35)</sup>. For at varerne kan komplettere hinanden i "æstetisk henseende" skal der være et reelt æstetisk behov, i den forstand at den ene vare er nødvendig eller vigtig for anvendelse af den anden, og at forbrugerne anser det for almindeligt og naturligt at anvende disse produkter sammen <sup>(36)</sup>.

### I konkurrenceforhold

Det spørgsmål, der skal stilles, er følgende: "Kan den ene af varerne og/eller tjenesteydelserne erstatte den anden?".

Varer og/eller tjenesteydelser konkurrerer indbyrdes, når der er et element af udskiftelighed mellem dem <sup>(37)</sup>. Det betyder, at de opfylder det samme grundlæggende behov hos forbrugeren.

Der kan være store forskelle mellem specifikke markedsføringsstrategier, herunder prissætning af varer og tjenesteydelser, men dette i sig selv påvirker ikke analysen af, om varerne og tjenesteydelserne konkurrerer

---

<sup>(31)</sup> 28/10/2015, T-736/14, MoMo Monsters / MONSTER et al., EU:T:2015:809, § 29.

<sup>(32)</sup> 22/01/2009, T-316/07, easyHotel / EASYHOTEL, EU:T:2009:14, § 57-58; 25/01/2017, T-325/15, Choco Love (fig.) / CHOCOLATE, EU:T:2017:29, § 40.

<sup>(33)</sup> 17/09/2015, T-323/14, Bankia / BANKY, EU:T:2015:642, § 35, 37-38.

<sup>(34)</sup> 16/01/2018, T-273/16, METAPORN / META4 et al., EU:T:2018:2, § 41-42.

<sup>(35)</sup> 11/07/2007, T-150/04, TOSCA / TOSCA BLU (fig), EU:T:2007:214, § 35.

<sup>(36)</sup> 11/07/2007, T-150/04, TOSCA / TOSCA BLU (fig), EU:T:2007:214, § 36; 20/10/2011, T-214/09, COR / CADENACOR, EU:T:2011:612, § 32; 25/09/2018, T-435/17, HIPANEMA (fig.) / Ipanema (fig.) et al., EU:T:2018:596, § 53.

<sup>(37)</sup> "Udskiftelighed" sådan som det anvendes i 18/11/2020, T-21/20, K7 / K7, EU: T:2020:550, § 51 og "anvendelse som erstatning for hinanden" som i 04/11/2003, T-85/02, CASTILLO / El Castillo (fig.), EU:T:2003:288, § 35.

med hinanden eller ej.

Som svar på det spørgsmål, der er nævnt ovenfor i dette underafsnit, konkurrer "tapeter" (klasse 27) og "maling" (klasse 2) f.eks. indbyrdes, fordi begge dækker eller dekorerer vægge, og den ene kan erstatte den anden.

### Distributionskanaler

De spørgsmål, der skal stilles, er følgende: 1) "Har varerne/tjenesteydelserne de samme salgssteder, eller udbydes eller stilles de normalt til rådighed på samme eller lignende steder?"

Distributionskanalerne er de steder, hvor varerne og tjenesteydelserne distribueres og/eller sælges.

Betegnelsen "distributionskanal" henviser ikke så meget til den måde, hvorpå en virksomheds produkt sælges eller markedsføres, som til distributionsstedet. Distributionssystemet – uanset om det er direkte eller indirekte – er ikke afgørende for analysen af ligheden mellem varerne og tjenesteydelserne.

Hvis de varer, der sammenlignes, udbydes på de samme hylder, i de samme sektioner i supermarkeder eller stormagasiner, hvor ensartede varer sælges sammen, eller hvis tjenesteydelserne udbydes i samme afdelinger af etableringer, er disse varer og tjenesteydelser sammenfaldende i deres distributionskanaler. Endvidere kan denne faktor gælde i tilfælde, hvor varerne og/eller tjenesterne udelukkende eller sædvanligvis sælges i specialforretninger.

Salgsstedet er dog mindre vigtigt i tilfælde, hvor de varer og/eller tjenesteydelser, der sammenlignes, distribueres gennem handelskanaler som supermarkeder, stormagasiner og onlineplatforme, der sælger varer og tjenesteydelser af alle slags, da den relevante kundekreds er klar over, at de varer og tjenesteydelser, der sælges på disse steder, kommer fra en lang række uafhængige virksomheder.

Eksempel:

- "Både" (klasse 12) og "sejl" (klasse 22) findes ofte i specialforretninger, der handler med sejladsudstyr.
- "Sportsbeklædning" (klasse 25) og "gymnastik- og sportsartikler" (klasse 28) kan dele de samme distributionskanaler og kan især sælges i de samme specialforretninger <sup>(38)</sup>.
- "Elektroniske spillekonsoller" (klasse 28) og "computere" (klasse 9) kan have de samme distributionskanaler, især når computere er udstyret med specifikke tilpassede komponenter til at spille spil <sup>(39)</sup>.
- "Tyggegummi" (klasse 30) og "mælk" (klasse 29) vil kunne findes i supermarkeder, men de vil ikke blive placeret på samme hylde eller i samme afdeling.

### Relevant kundekreds

Det spørgsmål, der skal stilles, er følgende: "Er varerne og/eller tjenesteydelserne rettet mod de samme forbrugere, de samme erhvervskunder eller den samme kundekreds?"

---

<sup>(38)</sup> 29/06/2023, T-719/22, Puma/EUIPO - Herno (HERZO), EU:T:2023:369, § 39.

<sup>(39)</sup> 02/03/2022, T-171/21, HONOR/HONOR, EU:T:2022:104, § 62-63.

Kundekredsen anses for at være de faktiske og potentielle kunder til varerne og tjenesterne.

Den kan bestå af borgere i almindelighed (den brede offentlighed) og/eller en professionel kundekreds (erhvervskunder eller en specialiseret målgruppe).

Den relevante kundekreds er ikke nødvendigvis synonymt med slutbrugeren. Slutbrugerne af "dyrefoder" i klasse 31 er f.eks. dyr, men den relevante kundekreds ville i dette tilfælde være dyreejerne.

Heraf kan der udledes visse overvejelser:

1. Den blotte omstændighed, at de potentielle kunder er sammenfaldende, er ikke automatisk en indikation på lighed. Den samme gruppe af kunder kan have behov for varer og tjenesteydelser af den mest forskelligartede oprindelse og art. De varer og tjenesteydelser, der sammenlignes med, kan være rettet mod den brede offentlighed, men formålet (at dække kundernes behov) kan være forskelligt i hvert enkelt tilfælde. Tv-apparater, biler og bøger købes f.eks. af den samme relevante kundekreds, nemlig den brede offentlighed, men de imødekommer forskellige behov hos kunderne.
2. Selv om en sammenfaldende relevant kundekreds ikke nødvendigvis er en indikation på lighed, er kundekredse, der i det store og hele afviger fra hinanden, et stærkt argument imod lighed.

I visse tilfælde kan man f.eks. finde forskelligartede kunder:

1. Varerne og tjenesteydelserne i begge fortegnelser henvender sig til erhvervskunder, som dog muligvis opererer i meget forskellige markedssektorer. Eksempel: "Kemiske produkter til anvendelse i skovbrugsøjemed" over for "opløsningsmidler til lakindustrien" (klasse 1).
2. Varerne og tjenesteydelserne i den ene fortegnelse henvender sig til den brede offentlighed, mens varerne og tjenesteydelserne i den anden fortegnelse henvender sig til erhvervskunder. Eksempel: "Beholdere til kontaktlinser" (i klasse 9) over for "kirurgiske apparater og instrumenter" (i klasse 10).

### Sædvanlig oprindelse

Det spørgsmål, der skal stilles, er følgende: "Fremstilles eller leveres varerne og tjenesteydelserne almindeligvis af samme virksomhed?"

Ved sædvanlig oprindelse forstås den enhed, der er ansvarlig for fremstillingen af varerne (producenten) eller leveringen af tjenesteydelsen (leverandøren).

Denne faktor skal vurderes i forhold til den pågældende markedssektor (branche). Der bør tages hensyn til, hvilken type virksomheder der fremstiller varerne eller udbyder tjenesteydelserne.

Ved bestemmelse af varers og tjenesteydelsers sædvanlige oprindelse kan følgende faktorer være relevante: fremstillingssteder og -metoder, (teknisk) knowhow, etableret handels- og markedspraksis, som er kendt af den relevante kundekreds (velkendte kendsgerninger).

Især fremstillingsstedet kan være en stærk indikator for, at de pågældende varer og tjenesteydelser har samme oprindelse. Selv om de samme fremstillingssteder tyder på en fælles sædvanlig oprindelse, udelukker forskellige fremstillingssteder imidlertid ikke, at varerne kommer fra de samme eller økonomiske forbundne virksomheder. For eksempel er "bøger" (klasse 16) og "e-bøger" (klasse 9) (varer, der konkurrerer med bøger, der erstatter e-bøger) begge varer fra en forlagsvirksomhed, selv om produktionsstederne kan være forskellige.

Den relevante kundekreds vil kun opfatte forskellige varer og tjenesteydelser som havende en fælles kommerciel kilde, hvis en stor del af producenterne/leverandørerne af de pågældende varer og tjenesteydelser er de samme <sup>(40)</sup>.

Forskellige kategorier af varer og tjenesteydelser, der som hovedregel fremstilles/leveres af særskilte specialiserede virksomheder, kan ikke anses for at have en fælles kommerciel kilde, blot fordi de kan blive tilbudt af meget kendte mærker, da disse tilfælde er marginale <sup>(41)</sup>.

Alene det at nogle producenter fremstiller to forskellige kategorier af varer, eller at nogle leverandører tilbyder forskellige kategorier af tjenesteydelser, er ikke tilstrækkelig til at påvise, at en stor del af producenterne eller distributørerne af disse varer og tjenesteydelser er de samme <sup>(42)</sup>.

En fast handelskutyme, som f.eks. når producenter udvider deres forretningsaktiviteter til tilgrænsende markeder, er særlig vigtig, når det skal fastslås, om identiske varer og tjenesteydelser har samme oprindelse. I sådanne situationer er det nødvendigt at fastslå, om en sådan udvidelse er almindelig i industrien, eller om den omvendt kun finder sted undtagelsesvist.

Det er f.eks. almindeligt på markedet, at producenter af "læderbælter" (klasse 25) også producerer "læderhåndtasker" (klasse 18).

"Brændstoffer" (klasse 4) derimod er meget vigtige for driften af "køretøjer" (klasse 12), men disse varer hverken fremstilles eller markedsføres af samme foretagender eller under samme varemærke. Den relevante kundekreds ville ikke anse disse varer for at have samme kommercielle oprindelse, da den ikke ville forvente, at en køretøjsfabrikant også er aktiv inden for udvinding eller raffinering af brændstoffer <sup>(43)</sup>.

### 2.2.3 Fælles principper for anvendelse af faktorerne

Sammenligningen bør fokusere på at kortlægge de relevante faktorer, der specifikt karakteriserer de varer og tjenesteydelser, som skal sammenlignes. Når de relevante faktorer er blevet fastlagt, skal undersøgeren bestemme forholdet mellem dem, og den vægt der tillægges dem.

Ved vurderingen af ovennævnte faktorer er det hensigtsmæssigt at tage højde for markedets økonomiske

---

<sup>(40)</sup> 18/07/2013, EUIPO Grand Board R 233/2012-G, PAPAGAYO ORGANIC / PAPAGAYO, § 67; 13/04/2022, EUIPO Grand Board R 964/2020-G, ZORAYA / VIÑA ZORAYA, § 33.

<sup>(41)</sup> 02/07/2015, T-657/13, ALEX / ALEX et al., EU:T:2015:449, § 87.

<sup>(42)</sup> 23/01/2014, T-221/12, SUN FRESH / SUNRIDER SUNNY FRESH (fig.), EU:T:2014:25, § 91.

<sup>(43)</sup> 18/11/2014, T-308/13, ELECTROLINERA / ELECTROLINERA, EU:T:2014:965, § 38.



virkelighed, som den foreligger på nuværende tidspunkt. Ved nogle lejligheder nævnte Retten virkeligheden på markedet i begrundelsen <sup>(44)</sup>.

De tendenser, der i øjeblikket er fremherskende inden for handelspraksis, kan have indflydelse på de faktorer, som forbrugeren forventer, at varer og tjenesteydelser normalt har tilfælles. De relevante faktorer, der er relevante for sammenligningen af de pågældende varer og tjenesteydelser kan ændre sig over tid, afhængigt af udviklingen inden for den pågældende branche, og hvordan markedet udvikler sig <sup>(45)</sup>.

### Indbyrdes forbindelse mellem faktorerne

I mange tilfælde vil der være forbindelser mellem faktorerne i den forstand, at hvor én er fælles, kan en anden også være sammenfaldende.

I princippet gælder følgende indbyrdes forbindelser:

- Komplementaritet, relevant kundekreds og sædvanlig oprindelse:

Varer og tjenesteydelser, der er komplementære, har den samme kommercielle oprindelse, eller de giver forbrugere en vis anledning til at tro, at den samme virksomhed står for produktionen af varerne og for leveringen af tjenesteydelserne.

"Ski" (klasse 28) og "skistøvler" (klasse 25) er f.eks. komplementære, fordi brugen af den ene vare er nødvendig for brugen af den anden. Den relevante kundekreds kan antage, at fremstillingen af disse varer sker hos den samme virksomhed, og at de er nødvendige for hinanden, for at de kan anvendes.

Varer og tjenesteydelser, der er rettet mod forskellige kundekredse, anses ikke for at være komplementære. For eksempel kan de varer og tjenesteydelser, der er nødvendige for driften af en kommerciel virksomhed - og som derfor er beregnet til en begrænset kreds af specialister eller virksomheder - og de varer og tjenesteydelser, der produceres eller leveres af denne virksomhed - og som er beregnet til den brede offentlighed - ikke anses for at være komplementære <sup>(46)</sup>.

- Formål og relevant kundekreds:

Formålet med varerne og/eller tjenesteydelserne hjælper ofte med at definere den relevante kundekreds.

Som eksempel kan nævnes, at "danskvand" og "frugtsaft" (begge i klasse 32) har samme formål (at dæmpe tørsten), og at de opfylder behovene hos samme kundekreds.

- Formål, i konkurrence og relevant kundekreds:

Formålet med varerne og tjenesteydelserne kan sammen med den relevante kundekreds også vise, om de kunne være i et konkurrenceforhold.

---

<sup>(44)</sup> F.eks. som "handelspraksis" i 02/06/2021, T-177/20, Hispano Suiza / Hispano Suiza, EU:T:2021:312 og som de "faktiske økonomiske forhold på markedet" i 16/01/2018, T-273/16, METAPORN / META4 et al., EU:T:2018:2, § 43.

<sup>(45)</sup> 16/01/2018, T-273/16, METAPORN / META4 et al., EU:T:2018:2, § 41-43.

<sup>(46)</sup> 22/01/2009, T-316/07, easyHotel / EASYHOTEL, EU:T:2009:14, § 58.

Et eksempel er "badehåndklæder" (klasse 24) og "badekåber" (klasse 25). Formålet med begge sæt varer er at absorbere fugt fra våd hud, og de opfylder behovene hos samme kundekreds, som kan opfatte dem som udskiftelige varer <sup>(47)</sup>.

Som et andet eksempel kan nævnes, at "orale præventionsmidler" (klasse 5) og "kondomer" (klasse 10) har samme formål og er rettet mod den samme relevante kundekreds, som opfatter disse alternative former for præventionsmidler som værende i konkurrence med hinanden.

- Distributionskanal og relevant kundekreds:

Den samme distributionskanal går hånd i hånd med den samme kundekreds.

For eksempel er "øl" (klasse 32) og "cider" (klasse 33) begge kendetegnet ved et lavt alkoholindhold. Disse varer er beregnet til at slukke tørsten, og de indtages ved de samme lejligheder og på de samme steder. Desuden tilbydes de til den samme relevante kundekreds i samme kommercielle foretagender, placeret i de samme afdelinger <sup>(48)</sup>.

På samme måde har "ædelsten" og "smykker" (begge i klasse 14) fælles distributionskanaler, da de begge kan købes i smykkeforretninger, og de henvender sig til den samme relevante kundekreds.

- Art, formål og anvendelsesmetode:

Anvendelsesmetoden afhænger normalt af varernes art og formål.

For eksempel er "brød" og "kringler" (begge i klasse 30) begge bagværk. De indtages ved de samme lejligheder og på samme måde, som tilhører til andre fødevarer, som snack osv. Det følger heraf, at disse varer er sammenfaldende med hensyn til art, formål og anvendelsesmåde.

Et andet eksempel er, at detailhandel med tøj og detailhandel med fodtøj (begge klasse 35) er af samme art, da de begge er detailhandelstjenester, har det samme formål (nemlig at give kunderne mulighed for på en nem måde at opfylde forskellige behov for indkøb) og har samme anvendelsesområde.

**De enkelte faktorerets betydning/vægt ved vurderingen og muligheden for, at et enkelt kriterium fører til en konklusion om, at de sammenlignede varer og tjenesteydelser ligner hinanden**

Kanonkriterierne blev opregnet i den tilsvarende dom uden nogen angivelse af forhold eller hierarki mellem dem og blev vurderet en efter en.

Hver faktor, der er udviklet gennem retspraksis, er kun én faktor blandt andre, og de er selvstændige <sup>(49)</sup>.

Ved vurderingen af ligheden mellem varer og tjenesteydelser bør alle relevante faktorer tages i betragtning. Afhængigt af hvilken type varer og tjenesteydelser der er tale om, kan en bestemt faktor dog være mere eller mindre vigtig. Forskellige faktorer har forskellig vægt i vurderingen, afhængigt af det konkrete tilfælde.

---

<sup>(47)</sup> 09/09/2020, T-50/19, Dayaday (fig.) / DAYADAY (fig.) et al., EU:T:2020:407, § 128.

<sup>(48)</sup> 15/11/2006, T-366/05, BUDWEISER / BUDWEISER et al., EU:T:2006:347, § 45; 05/10/2011, T-421/10, ROSALIA DE CASTRO / ROSALIA, EU:T:2011:565, § 31.

<sup>(49)</sup> 02/06/2021, T-177/20, Hispano Suiza / Hispano Suiza, EU:T:2021:312, § 53.

At der er sammenfald mellem varerne og tjenesteydelserne med hensyn til art, formål, komplementaritet, om de er i konkurrence indbyrdes og deres sædvanlige oprindelse har generelt større betydning ved sammenligningen mellem varer og/eller tjenesteydelser, mens det generelt har mindre betydning, om der er et sammenfald med hensyn til anvendelsesmåde, distributionskanaler og relevant kundekreds.

Hvilke faktorer, der er relevante i en sammenligning af varer og/eller tjenesteydelser, skal dog vurderes fra sag til sag. De omstændigheder, der gør sig gældende for den specifikke sammenligning, kan resultere i, at nogle faktorer får større indvirkning end andre.

Det kan ikke udelukkes, at ligheden mellem varer og tjenesteydelser kan være baseret på en enkelt faktor <sup>(50)</sup>.

**Anvendelse af sammenligningsfaktorerne i situationer, hvor (i) varer sammenlignes med andre varer, (ii) varer sammenlignes med tjenesteydelser, og (iii) tjenesteydelser sammenlignes med andre tjenesteydelser**

I princippet er faktorerne for sammenligning af varer med varer også relevante for sammenligningen af tjenesteydelser med tjenesteydelser. Ved anvendelsen af disse faktorer skal den grundlæggende forskel mellem varer og tjenesteydelser (materiel over for immateriel) dog tages i betragtning.

De samme principper, der gælder for sammenligningen mellem varer og varer og mellem tjenesteydelser og tjenesteydelser, gælder endvidere også i tilfælde, hvor varer sammenlignes med tjenesteydelser.

Varer er ifølge deres art generelt forskellige fra tjenesteydelser. Det skyldes, at varer er handelsvarer, varer eller genstande. Deres salg indebærer normalt overførsel i form af noget fysisk. På den anden side består tjenesteydelser i levering af immaterielle aktiviteter.

Tjenester kan dog være komplementære til varer, og de kan også have samme formål og dermed være i konkurrence med varer. Heraf følger, at det under visse omstændigheder kan fastslås, at der er lighed mellem varer og tjenesteydelser.

---

<sup>(50)</sup> 21/01/2016, C-50/15 P, Carrera / CARRERA, EU:C:2016:34, § 23; 01/12/2021, T-467/20, ZARA / LE DELIZIE ZARA, EU:T:2021:842, § 122; 02/06/2021, T-177/20, Hispano Suiza / Hispano Suiza, EU:T:2021:312, § 53.