Samling af Afgørelser

FORSLAG TIL AFGØRELSE FRA GENERALADVOKAT
N. EMILIOU
fremsat den 27. november 2025[1]

Sag C-412/24

Fauré Le Page Maroquinier SAS,
Fauré Le Page Paris SAS
mod
Goyard ST-Honoré SAS

(anmodning om præjudiciel afgørelse indgivet af Cour de cassation (kassationsdomstol, Frankrig))

»Præjudiciel forelæggelse – varemærker – direktiv 2008/95/EF – artikel 3 – registreringshindringer og ugyldighedsgrunde – artikel 3, stk. 1, litra g) – vildledende varemærker – varemærker, der nævner et årstal – prestigebetonede lædervarer som eksempelvis håndtasker – varemærker, der angiveligt vildleder offentligheden med hensyn til det årstal, hvor indehaveren blev grundlagt«

I. Indledning

1. Den foreliggende præjudicielle forelæggelse omhandler fortolkningen af artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95/EF om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker[2]. I henhold til denne bestemmelse skal medlemsstater udelukke varemærker fra registrering eller erklære varemærker ugyldige, »som er egnet til at vildlede offentligheden, f.eks. med hensyn til varens eller tjenesteydelsens art, beskaffenhed eller geografiske oprindelse«.

2. Denne anmodning er blevet indgivet i forbindelse med en tvist mellem tre franske selskaber, der fremstiller og sælger tasker og andre lædervarer, Fauré Le Page Maroquinier SAS og Fauré Le Page Paris SAS (herefter samlet »Fauré Le Page«) på den ene side og Goyard ST-Honoré SAS (herefter »Goyard«) på den anden, vedrørende gyldigheden af to nationale delvist figurative varemærker, som Fauré Le Page Paris er indehaver af, der indeholder årstallet »1717«.

3. De anfægtede varemærker vil ifølge Goyard kunne vildlede offentligheden som omhandlet i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95 og bør følgelig erklæres ugyldige i henhold til denne bestemmelse. Selskabet har i denne forbindelse anført, at årstallet »1717« i disse varemærker bibringer offentligheden det indtryk, at indehaveren af de anfægtede varemærker blev grundlagt

[1] – Originalsprog: engelsk.

[2] – Europa-Parlamentets og Rådets direktiv af 22.10.2008 (EUT 2008, L 299, s. 25). Dette direktiv er ikke længere i kraft og er blevet erstattet af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2015/2436 af 16.12.2015 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker (EUT 2015, L 336, s. 1). Ikke desto mindre finder direktiv 2008/95 i tidsmæssig henseende anvendelse i hovedsagen.

i 1717, og følgelig at varerne, der er omfattet af varemærkerne, bliver fremstillet ud fra et flere hundrede år gammelt selskabs knowhow og besidder en særlig kvalitet. Dette er imidlertid i realiteten ikke tilfældet, idet Fauré Le Page Paris og Fauré Le Page Maroquinier først blev stiftet i henholdsvis 2009 og 2011.

4. Der er, så vidt jeg er bekendt, indtil videre alene blevet afsagt én dom af Domstolen, som angår fortolkningen af en tidligere version af denne bestemmelse[3]. Den foreliggende sag giver Domstolen en mulighed for at præcisere betingelserne for bestemmelsens anvendelse yderligere.

II. Retsforskrifter

A. EU-retten

5. Artikel 3 i direktiv 2008/95, der bærer overskriften »Registreringshindringer og ugyldighedsgrunde«, har følgende ordlyd:

»1. Følgende tegn og varemærker udelukkes fra registrering eller kan erklæres ugyldige, hvis de allerede er blevet registreret:

[…]

g) varemærker, som er egnet til at vildlede offentligheden, f.eks. med hensyn til varens eller tjenesteydelsens art, beskaffenhed eller geografiske oprindelse,

[…]«

B. Fransk ret

6. I henhold til artikel L. 711-3(c) i code de la propriété intellectuelle (den franske lov om intellektuel ejendomsret) i den version, der fandt anvendelse for så vidt angår sagens faktiske omstændigheder, må et tegn, som kan vildlede offentligheden herunder med hensyn til varens eller tjenesteydelsens art, beskaffenhed eller geografiske oprindelse, ikke anvendes som varemærke eller som bestanddel af et varemærke.

III. De faktiske omstændigheder, nationale forhandlinger og de præjudicielle spørgsmål

7. Frem til 1992 havde Saillard Paris Sàrl (herefter »Saillard«), som er et fransk selskab, der er eneaktionær i Maison Fauré Le Page, der er et andet fransk selskab, drevet virksomhed med køb og salg af våben, ammunition og tilbehør af læder siden 1716. Sidstnævnte selskab blev den 27. november 1992 opløst, og alle selskabets aktiver blev den 27. november 1992 overført til Saillard.

[3] – Jf. dom af 30.3.2006, Emanuel (C-259/04, »Emanuel-dommen«, EU:C:2006:215). Domstolen fortolkede i denne dom artikel 3, stk. 1, litra g), i Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21.12.1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker (EFT 1989, L 40, s. 1). Ordlyden af denne bestemmelse er i det væsentlige den samme som ordlyden af artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95, der er den retlige efterfølger til denne bestemmelse. Den fortolkning, der foretages i denne dom, kan følgelig overføres til denne bestemmelse.

8. Fauré Le Page Paris, som er en af sagsøgerne i hovedsagen, er et fransk selskab, der blev registreret i registre du commerce et des sociétés (det franske handels- og selskabsregister i Paris) den 14. oktober 2009. Den 29. oktober 2009 erhvervede det fra Saillard det franske varemærke »Fauré Le Page« nr. 134782 som betegnelse for bl.a. »blankvåben, skydevåben og dele dertil, ammunition og projektiler, sprængstoffer, skydeplatforme, punge til patroner, læder og læderimitationer, kufferter og rejsetasker«.

9. Fauré Le Page Paris indgav den 17. juni 2011 en ansøgning om registrering af de franske varemærker »Fauré Le Page Paris 1717« nr. 3839809 og nr. 3839811 som betegnelse for bl.a. varerne »læder og læderimitationer, kufferter og rejsetasker, rejsetasker, håndtasker«. Disse varemærker blev efterfølgende registreret.

10. Fauré Le Page Maroquinier, som er den anden sagsøger i hovedsagen, er et fransk selskab, der i 2012 åbnede en fysisk butik i Paris (Frankrig) med salg af varer, der bærer de anfægtede varemærker. Siden 2013 har det ligeledes drevet en detailvareforretning i et fransk varehus, hvor der på tilsvarende vis sælges sådanne varer.

11. Goyard indledte den 26. oktober 2012 et søgsmål mod Fauré Le Page, hvor selskabet bl.a. nedlagde påstand om, at de anfægtede varemærker blev erklæret ugyldige på det grundlag, at de kunne vildlede offentligheden som omhandlet i artikel L. 711-3(c) i den franske lov om intellektuel ejendomsret. Goyard fik ikke medhold for så vidt angår dette punkt i den dom, der blev afsagt af Tribunal de Grande Instance de Paris (retten i første instans i Paris, Frankrig). Goyard har iværksat appel af denne dom ved Cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris, Frankrig).

12. Ved dom af 4. oktober 2016 forkastede Cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris) Goyards appel for så vidt angår spørgsmålet om, hvorvidt de anfægtede varemærker var vildledende. Denne dom blev den 27. juni 2018 ophævet ved en dom fra chambre commerciale de la Cour de cassation (kassationsdomstol, afdelingen for handelssager, Frankrig) med den begrundelse, at årstallet »1717« ikke nødvendigvis af offentligheden ville blive forstået således, at det henviser til det årstal, hvor Fauré Le Page blev grundlagt, men derimod således, at det svarer til den periode, hvor Maison Fauré Le Page (som Fauré Le Page er efterfølgeren til) blev grundlagt.

13. Cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris) fastslog den 23. november 2021, efter at sagen efter en kassationsprøvelse var blevet hjemvist, at de anfægtede varemærker ville kunne vildlede offentligheden og følgelig skulle erklæres ugyldige.

14. Denne ret fastslog nærmere bestemt, at bestanddelen »Paris 1717« i de anfægtede varemærker af offentligheden kunne forstås således, at de henviste til stedet og årstallet for grundlæggelsen af Fauré Le Pages virksomhed, og at offentligheden følgelig kunne forledes til at tro, at der var tale om en uafbrudt videreførelse af produktionen siden 1717 og en overførelse af knowhow fra det oprindelige Maison Fauré Le Page til Fauré Le Page, uden at dette reelt var tilfældet. Den tilføjede, at forbrugere af prestigebetonede lædervarer ofte tillægger historien bag det selskab, der markedsfører dem, og det antal år, som det har eksisteret, betydning som en garanti for den ekspertise, der er knyttet til produktionen af varerne og deres beskaffenhed.

15. Fauré Le Page appellerede denne dom til Cour de cassation (kassationsdomstol, Frankrig), som er den forelæggende ret i den foreliggende sag.

16. Fauré Le Page har ved denne domstol gjort gældende, at for at et varemærke kan anses for at kunne vildlede offentligheden som omhandlet i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95, er det et krav, at en gennemsnitsforbruger kan vildledes ikke for så vidt angår egenskaberne ved indehaveren af varemærket, men for så vidt angår egenskaberne ved de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af varemærket. Eftersom de anfægtede varemærker ikke antyder nogle særlige egenskaber ved de varer, som de omfatter, og højst tyder på, at disse varer besidder en særlig kvalitet eller et særligt omdømme, kan de ikke anses for at være omfattet af anvendelsesområdet for denne bestemmelse.

17. Cour de cassation (kassationsdomstol) er af den opfattelse, at selv om artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95 opregner forskellige egenskaber ved de varer eller tjenesteydelser, for så vidt angår hvilke et varemærke kan være vildledende, er denne liste ikke udtømmende. Denne bestemmelse kan følgelig ligeledes finde anvendelse i en situation, hvor varemærket formidler urigtige oplysninger vedrørende indehaveren af varemærket (som eksempelvis i det foreliggende tilfælde det antal år, hvor denne har været aktivt inden for en bestemt sektor), og hvor gennemsnitsforbrugeren som følge heraf tror, at varerne eller tjenesteydelserne besidder en særlig kvalitet eller et særligt omdømme.

18. Den erindrer i denne forbindelse om, at kvaliteten af prestigebetonede varer i henhold til Domstolens praksis [4] ikke alene bør vurderes i lyset af deres materielle egenskaber, men ligeledes under hensyntagen til den fremtoning og det prestigebetonede image, der giver disse varer en luksuriøs udstråling.

19. Den er yderligere af den opfattelse, at Emanuel-dommen, hvor Domstolen anførte, at et varemærke ikke vil kunne vildlede offentligheden, såfremt de angiveligt urigtige oplysninger, som det formidler, vedrører selskabet, der fremstiller varerne, i stedet for varerne selv, omhandlede en anden situation. I denne sag omfattede det omhandlede varemærke således navnet på en modedesigner.

20. Den har endelig erindret om de konklusioner, som Cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris) drog, der er sammenfattet i punkt 14 ovenfor.

21. Cour de cassation (kassationsdomstol) er i denne forbindelse af den opfattelse, at løsningen af tvisten i hovedsagen afhænger af, hvorvidt disse konklusioner er tilstrækkelige til at erklære anfægtede varemærker ugyldige i henhold til artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95.

22. Den er i denne forbindelse af den opfattelse, at det for det første er nødvendigt at tage stilling til, hvorvidt den omstændighed, at varemærket formidler urigtige oplysninger om dets indehaver, således at det påvirker gennemsnitsforbrugeren af de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af varemærket, er tilstrækkeligt til at føre til den konklusion, at varemærket er vildledende, eller hvorvidt gennemsnitsforbrugerens fejlopfattelse skal vedrøre en egenskab ved disse varer eller tjenesteydelser.

23. I tilfælde af at denne fejl vedrører en egenskab ved de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af varemærket, ønsker Cour de cassation (kassationsdomstol) dernæst oplyst, hvorvidt det, for at et varemærke skal anses for at være vildledende, er et krav, at der er tale om en tilstrækkelig specifik beskrivelse af de potentielle egenskaber ved disse varer eller tjenesteydelser.

[4] – Jf. dom af 23.4.2009, Copad (C-59/08, EU:C:2009:260). Denne dom omhandlede spørgsmålet om, hvorvidt et søgsmål om skade på kvaliteten af varer kan rettes mod licenstageren af indehaveren af et varemærke.

24. Såfremt dette spørgsmål besvares bekræftende, ønsker denne ret endelig oplyst, hvorvidt den omstændighed, at varemærket tillægger dets indehaver betragtelig erfaring eller knowhow i forbindelse med fremstillingen af de varer, som det omfatter, særligt i tilfælde af prestigebetonede varer, kan udgøre en sådan tilstrækkelig specifik beskrivelse.

25. Cour de cassation (kassationsdomstol) har i lyset af det ovenstående besluttet at udsætte sagen og forelægge Domstolen følgende spørgsmål med henblik på en præjudiciel afgørelse:

»1) Skal artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv [2008/95] fortolkes således, at angivelsen af et fiktivt årstal i et varemærke, der kommunikerer en forkert oplysning om den alder, seriøsitet og knowhow, som fabrikanten af varerne har, og følgelig om en af de immaterielle egenskaber ved de nævnte varer, gør det muligt at lægge til grund, at der foreligger en faktisk vildledning eller en tilstrækkeligt alvorlig risiko for vildledning af forbrugeren?

2) Såfremt det første spørgsmål besvares benægtende, skal denne bestemmelse da fortolkes således[,]

   a) at et varemærke kan anses for vildledende, når der foreligger en risiko for, at forbrugeren af de varer og tjenesteydelser, som er omfattet af varemærket, tror, at indehaveren af dette varemærke har fremstillet disse varer i flere hundrede år, hvilket giver varerne en prestigebetonet karakter, selv om det ikke er tilfældet[…]

   b) at det, for at det kan lægges til grund, at der foreligger en faktisk vildledning eller en tilstrækkeligt alvorlig risiko for vildledning af forbrugeren, som er forudsætningen for at fastslå, at et varemærke er vildledende, kræves, at varemærket udgør en tilstrækkelig specifik beskrivelse af de potentielle egenskaber ved de varer og tjenesteydelser, for hvilket det er registreret, hvorved den pågældende forbruger forledes til at tro, at varerne og tjenesteydelserne har bestemte egenskaber, som de reelt ikke har?«

26. Anmodningen om en præjudiciel afgørelse af 5. juni 2024 er indgået til Domstolens Justitskontor den 10. juni 2024. Fauré Le Page, Goyard, Den Franske Republik og Europa-Kommissionen har indgivet skriftlige indlæg. Disse interesserede parter har ligeledes besvaret de spørgsmål, der er blevet rejst af Domstolen, skriftligt. Der er ikke afholdt et retsmøde.

IV. Bedømmelse

27. Cour de cassation (kassationsdomstol) ønsker ved dens tre spørgsmål, som jeg vil fortage en samlet bedømmelse af, oplyst, om ugyldighedsgrunden i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95 finder anvendelse for et varemærke, hvor et af bestanddelene er et årstal (i dette tilfælde årstallet 1717). Denne ret nærer tvivl om, hvorvidt et sådant årstal af offentligheden kan fortolkes alene som det (urigtige) årstal, hvor indehaveren af de anfægtede varemærker (i dette tilfælde Fauré Le Page Paris) blev grundlagt, eller således at det ligeledes formidler oplysninger (der angiveligt er urigtige) om egenskaberne ved de varer, der er omfattet af disse varemærker, navnlig at de bliver fremstillet ud fra et flere hundrede år gammelt selskabs knowhow og besidder en særlig kvalitet.

28. Jeg vil indlede min bedømmelse ved at præcisere, at et varemærke, der vil kunne vildlede offentligheden for så vidt angår en egenskab ved dets indehaver, alene kan erklæres ugyldigt i henhold til denne bestemmelse, såfremt det fastslås, at et sådant varemærke ligeledes er

vildledende for så vidt angår en egenskab ved de varer eller tjenesteydelser, som det omfatter. Yderligere skal varemærket være en tilstrækkelig specifik beskrivelse af en sådan egenskab. Jeg vil forklare grundene til, at et varemærke som det anfægtede efter min opfattelse ikke opfylder nogle af disse betingelser (under A).

29. Jeg vil dernæst forklare, at selv såfremt man antager, at en bestanddel af et varemærke som eksempelvis årstallet »1717« er egnet til at formidle oplysninger vedrørende en specifik egenskab ved de omfattede varer eller tjenesteydelser, skal enhver potentiel unøjagtighed i disse oplysninger og følgelig spørgsmålet om, hvorvidt varemærket er vildledende, alene vurderes i lyset af egenskaberne for varerne eller tjenesteydelserne, således som de fremgår af ansøgningen om registrering. Disse egenskaber omfatter ikke eksterne bestanddele som eksempelvis det faktiske årstal, hvor indehaveren af varemærket blev grundlagt (som i den foreliggende sag er 2009) (under B).

30. Jeg vil endelig gøre rede for, at den løsning, som jeg foreslår, at Domstolen følger, imidlertid ikke er til hinder for, at et varemærke, der inkorporerer en henvisning til det (omtrentlige) årstal, hvor den oprindelige producent af varerne, der er omfattet af varemærket, blev grundlagt (som i den foreliggende sag er Maison Fauré Le Page), frem for årstallet for grundlæggelsen for dens nuværende indehaver (som i den foreliggende sag er Fauré Le Page Paris), *fortabes*, i stedet for at det erklæres ugyldigt i henhold til en anden bestemmelse i direktiv 2008/95. Det er heller ikke til hinder for, at der stilles andre retsmidler til rådighed (under C).

A. Varemærket skal have en sådan karakter, at det vil kunne vildlede offentligheden for så vidt angår en specifik egenskab ved de omhandlede varer eller tjenesteydelser

31. Samtlige parter samt de interesserede parter med undtagelse af Goyard er af den opfattelse, at et varemærke for at kunne erklæres ugyldigt i henhold til artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95 skal kunne vildlede offentligheden med hensyn til en egenskab ved de *varer eller tjenesteydelser*, som det omfatter.

32. Goyard har på sin side gjort gældende, at selv om denne bestemmelse udtrykkeligt anfører, at den vildledende karakter af varemærket alene kan vedrøre »varens eller tjenesteydelsens art, beskaffenhed eller geografiske oprindelse«, er denne opregning ikke udtømmende (idet opregningen indledes med ordet »f.eks.«). Et varemærke, der alene vil kunne vildlede offentligheden for så vidt angår en særlig egenskab ved dets indehaver (eller ved det selskab, der fremstiller de varer, som det omfatter), som eksempelvis årstallet, hvor indehaveren blev grundlagt, kan følgelig ligeledes erklæres ugyldigt i henhold til artikel 3, stk. 1, litra g), i henhold til direktiv 2008/95, uden at det er nødvendigt at slå fast, at de oplysninger, der formidles ved varemærket, vedrører nogle særlige egenskaber ved de varer eller tjenesteydelser, som det omfatter [5].

33. Jeg deler ikke denne opfattelse. Jeg vil indledningsvis nævne, at samtlige eksempler, der er opregnet i denne bestemmelse (»art, beskaffenhed eller geografiske oprindelse«), udtrykkeligt identificeres som egenskaber ved de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af varemærket.

[5] – Jeg skal kort anføre, at Goyards argumentationsrække i denne forbindelse ikke er fuldstændig konsistent. Selskabet har på den ene side, således som jeg netop har forklaret, anført, at det følger af ordlyden af artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95, at den relevante egenskab ikke behøver at vedrøre de varer, der er omfattet af dette varemærke, og eksempelvis kan omhandle producenten af disse varer. På den anden side kunne det som svar på et spørgsmål fra Domstolen synes, at selskabet er af den opfattelse, at de (ukorrekte) oplysninger, der gives ved varemærket for så vidt angår denne producent, nødvendigvis kan forlede offentligheden til at antage, at varerne besidder visse egenskaber, som de reelt ikke besidder.

Den franske regering er på dette grundlag af den opfattelse, at udtrykkene »f.eks.«, der anvendes i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95, peger i retning af, at EU-lovgiver havde til hensigt at lade listen over egenskaber for varer eller tjenesteydelser, for så vidt angår hvilke et varemærke kan være vildledende, være åben og ikke at tillade, at spørgsmålet om, hvorvidt et varemærke er vildledende, alene kan fastslås på grundlag af egenskaber ved dets indehaver.

34. Domstolens praksis støtter denne fortolkning. I Emanuel-dommen [6] fastslog Domstolen, at et varemærke, der svarede til navnet på designeren og den første producent af de varer, der var omfattet af dette varemærke, som ikke længere medvirkede i fremstillingen, ikke alene af denne grund kunne udelukkes fra registrering, som følge af at det ville kunne vildlede offentligheden. Denne dom giver en første indikation af, at det ikke var hensigten med artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95, at bestemmelsen skulle finde anvendelse for varemærker, der alene er egnede til at vildlede offentligheden med hensyn til en egenskab ved indehaveren, som eksempelvis denne persons identitet (som i Emanuel-dommen) eller årstallet for grundlæggelsen (således som det tilsyneladende er tilfældet i denne situation).

35. Yderligere viser eksempler fra Rettens praksis om fortolkningen af artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning (EF) nr. 207/2009 [7] [der finder anvendelse for EU-varemærker, men er identisk med ordlyden af artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95], at bedømmelsen af, hvorvidt et varemærke er »egnet til at vildlede offentligheden«, altid foretages for så vidt angår egenskaber ved de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af dette varemærke.

36. Retten har nærmere bestemt fastslået, at EU-ordmærket BIO-INSECT Shocker havde en sådan karakter, at det anfægtede varemærke ville kunne vildlede offentligheden, idet det af sidstnævnte ville kunne opfattes som en betegnelse for økologiske varer eller varer associerede med miljøvenlighed, selv om det faktisk var blevet registreret for biocidholdige produkter [8]. Denne ret har tilsvarende fastslået, at registrering af tegnet CAFFÈ NERO som et EU-ordmærke med rette blev udelukket fra registrering på det grundlag, at forbrugere ville kunne tro, at nogle af varerne, der var omfattet af ansøgningen om registrering, nærmere bestemt te, kakao og kakaobaserede præparater samt kaffeerstatninger, var eller indeholdt sort kaffe, selv om det i realiteten ikke var tilfældet [9].

37. Retten har mere generelt fastslået, at der med henblik på anvendelsen af artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009 skal tages stilling til, hvorvidt der på datoen for ansøgningen om registrering af varemærket forelå en uoverensstemmelse mellem de oplysninger, som det anfægtede varemærke formidlede, og *egenskaberne ved de varer*, der var omfattet af ansøgningen [10]. Denne ret har i samme retning bemærket, at »alene såfremt forbrugeren forledes til at tro, at *varerne og tjenesteydelserne* har visse egenskaber, som de ikke reelt har, vil

6 – Præmis 51.

7 – Forordning af 26.2.2009 om EF-varemærker (EUT 2009, L 78, s. 1), der fandt anvendelse forud for, at Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2017/1001 af 14.6.2017 om EU-varemærker (EUT 2017, L 154, s. 1) trådte i kraft. Artikel 7, stk. 1, g), i denne forordning er i sig selv identisk med ordlyden af artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009.

8 – Jf. dom af 13.5.2020, SolNova mod EUIPO – Canina Pharma (BIO-INSECT Shocker) (T-86/19, EU:T:2020:199).

9 – Jf. dom af 27.10.2016, Caffè Nero Group mod EUIPO (CAFFÈ NERO) (T-29/16, ikke trykt i Sml., EU:T:2016:635). Jf. ligeledes dom af 26.10.2017, Alpirsbacher Klosterbräu Glauner mod EUIPO (Klosterstoff) (T-844/16, EU:T:2017:759), hvor Retten stadfæstede en afgørelse om at udelukke registrering af tegnet Klosterstoff på det grundlag, at det ansøgte varemærke ikke kunne vildlede den relevante kundekreds for så vidt angår varerne »ikke-alkoholholdige drikke, især ikke-alkoholholdigt øl«, og af 29.11.2023, Myforest Foods mod EUIPO (MYBACON) (T-107/23, ikke trykt i Sml., EU:T:2023:769), hvor det blev fastslået, at tegnet MYBACON skulle udelukkes fra registrering som et EU-ordtegn, idet det ville kunne vildlede offentligheden med hensyn til karakteren af de omhandlede fødevarer, der var »svampebaserede køderstatninger, køderstatninger, færdigretter bestående navnlig af køderstatninger, herunder svampebaserede køderstatninger«.

10 – Dom af 29.6.2022, Hijos de Moisés Rodríguez González mod EUIPO – Irland og Ornua (La Irlandesa 1943) (T-306/20, EU:T:2022:404). Min fremhævelse.

vedkommende kunne vildledes af varemærket«[11], hvorved det blev bekræftet, at bedømmelsen i henhold til denne bestemmelse skal fokusere på opfattelsen hos den relevante kundekreds for så vidt angår selve varerne eller tjenesteydelserne.

38. En fortolkning af den sammenhæng, hvori artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95 indgår, og en teleologisk fortolkning heraf støtter yderligere konklusionen om, at det, for at et varemærke kan erklæres ugyldigt i henhold til denne bestemmelse, er nødvendigt, at det er vildledende for så vidt angår en egenskab ved de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af det (og ikke alene ved dets indehaver).

39. Artikel 13 i direktiv 2008/95 bestemmer for det første, at »[s]åfremt der kun for en del af de varer eller tjenesteydelser, for hvilke et varemærke søges eller er blevet registreret, er hindringer for registrering af varemærket eller grunde til dets fortabelse eller ugyldighed, skal varemærket kun udelukkes fra registrering eller fortabes eller erklæres ugyldigt for så vidt angår de pågældende varer eller tjenesteydelser«. Fauré Le Page har fremhævet, at eftersom denne bestemmelse forudsætter, at et varemærke kan være vildledende med hensyn til en egenskab ved de varer eller tjenesteydelser, som det omfatter, bekræfter det, at bedømmelsen af ugyldighedsgrunden i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktivet altid skal foretages for så vidt angår selve disse varer eller tjenesteydelser.

40. Den fortolkning, som jeg foreslår, at Domstolen anlægger, er for det andet i overensstemmelse med ordlyden af artikel 2 i direktiv 2008/95, der bestemmer, at alene tegn, der er egnede til at adskille en virksomheds *varer eller tjenesteydelser*[12] fra andre virksomheders, kan udgøre et »varemærke«. Retten har i forbindelse med anvendelsen af artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009 fastslået, at et varemærkes væsentligste funktion er at garantere oprindelsen af den vare eller tjenesteydelse, der er omfattet af varemærket, hvorved denne sættes i stand til uden risiko for forveksling at adskille varen eller tjenesteydelsen fra varer eller tjenesteydelser med en anden oprindelse. Den bedømmelse, der skal foretages i henhold til denne bestemmelse, kan følgelig ikke strækkes videre end til på den ene side de omhandlede varer og tjenesteydelser og på den anden side den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket[13]. Det forekommer mig, at det er tydeligt, at det er den samme logik, der ligger til grund for artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95.

41. Jeg er i lyset af det forudgående af den opfattelse, at et varemærke, der vil kunne vildlede offentligheden udelukkende med hensyn til en egenskab ved dets indehaver som eksempelvis årstallet for grundlæggelsen og ikke med hensyn til en egenskab ved de varer eller tjenesteydelser, som det omfatter, ikke kan erklæres ugyldigt i henhold til denne bestemmelse.

42. Det følger heraf i det foreliggende tilfælde, at selve den omstændighed, at de anfægtede varemærker vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til årstallet for grundlæggelsen af dets indehaver, ikke er tilstrækkelig til, at det fastslås, at der foreligger ugyldighed i henhold til artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95. Således som den franske regering har bemærket, formidler årstallet i sig selv ikke oplysninger vedrørende de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af disse varemærker.

[11] – Jf. dom af 29.11.2018, Khadi og Village Industries Commission mod EUIPO – BNP Best Natural Products (Khadi Ayurveda) (T-683/17, ikke trykt i Sml., EU:T:2018:860, præmis 53 og den deri nævnte retspraksis). Min fremhævelse.

[12] – Min fremhævelse.

[13] – Jf. dom af 22.3.2018, Safe Skies mod EUIPO – Travel Sentry (TSA LOCK) (T-60/17, ikke trykt i Sml., EU:T:2018:164, præmis 62 og 63 og den deri nævnte retspraksis). Jf. ligeledes dom af 2.4.2025, Giuliani mod EUIPO – H&H (Swisse) (T-442/23, ikke trykt i Sml., EU:T:2025:354, præmis 100 og den deri nævnte retspraksis).

43. Det er, når dette er sagt, som den forelæggende ret selv fremhæver, korrekt, at anvendelsen af årstallet for grundlæggelsen af varemærkets indehaver i et varemærke, særligt såfremt dette årstal ligger tilstrækkeligt langt tilbage i tid, af offentligheden vil kunne opfattes som en indikation af, at de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af varemærket, bliver fremstillet eller udbydes i overensstemmelse med en specifik knowhow og besidder en bestemt kvalitet eller et bestemt omdømme.

44. Jeg skal imidlertid i denne forbindelse erindre om, at der, med henblik på at et varemærke kan erklæres ugyldigt i henhold til artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95, ikke alene skal være tale om et varemærke, der vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til en egenskab ved de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af det, men at der ligeledes skal være tale om en *tilstrækkelig specifik beskrivelse* af denne egenskab. Ifølge Rettens faste praksis, som Domstolen efter min opfattelse bør tilslutte sig, gælder, at såfremt et varemærke ikke formidler et tilstrækkeligt specifikt og klart budskab vedrørende de beskyttede varer og tjenesteydelser eller deres egenskaber, men alene antyder dem, kan der ikke være tale om vildledning for så vidt angår disse varer og tjenesteydelser [14].

45. Efter min opfattelse vil anvendelsen af et årstal alene i et varemærke uden nogen tydelig angivelse af, at det (angiveligt) svarer til årstallet for grundlæggelsen af varemærkets indehaver, ikke i sig selv udgøre en sådan tilstrækkelig specifik beskrivelse.

46. Såfremt der ikke foretages nogen yderligere præcisering, kan angivelsen af et sådant årstal opfattes af offentligheden som årstallet for grundlæggelsen af det selskab, der aktuelt fremstiller eller sælger varerne eller leverer de tjenesteydelser, der er omfattet af varemærket, hvilket kan være en anden juridisk eller fysisk person end indehaveren af varemærket, eller som årstallet for grundlæggelsen af selskabet (eller et andet afgørende årstal i selskabets historie), der oprindeligt fremstillede disse varer eller leverede disse tjenesteydelser og efterfølgende har overdraget dets aktiver til en anden enhed. Såfremt sidstnævnte fortolkning lægges til grund i den foreliggende sag, er jeg med forbehold for den forelæggende rets bedømmelse af den opfattelse, at de anfægtede varemærker kun i begrænset omfang overhovedet vil kunne vildlede offentligheden, eftersom Maison Fauré Le Page, den oprindelige producent af de varer, der markedsføres af Fauré Le Page, allerede eksisterede i 1717 (idet selskabet var blevet grundlagt året forinden, nemlig i 1716).

47. Et årstal som eksempelvis »1717«, der anvendes i et varemærke, vil tilsvarende kunne opfattes således, at det henviser til det årstal, hvor designet for varerne, der bærer varemærket, første gang blev fremstillet, eller det årstal, hvor den første model eller version af disse varer blev markedsført. Det kan ligeledes fortolkes som det årstal, hvor den knowhow eller teknik, der blev anvendt i forbindelse med fremstillingen af varerne, første gang blev udviklet, eller, som Kommissionen har bemærket, som et rent opdigtet eller fiktivt årstal, der hverken vidner om knowhow eller erfaring i forbindelse med fremstillingen af varerne eller om disse varers kvalitet.

48. Affattelsen af de præjudicielle spørgsmål fra Cour de cassation (kassationsdomstol) vidner efter min opfattelse om denne tvetydighed. Denne ret har bemærket, at bestanddelen »1717«, der findes i de anfægtede varemærker, på den ene side kan anskues således, at der formidles urigtige

[14] – Jf. analogt retspraksis om artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009 navnlig dom af 27.6.2017, Aldi Einkauf mod EUIPO – Fratelli Polli (ANTICO CASALE) (T-327/16, ikke trykt i Sml., EU:T:2017:439, præmis 51 og den deri nævnte retspraksis). Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) har i sine retningslinjer forklaret, at den relevante kundekreds skal anerkende, at tegnet formidler et specifikt, klart og utvetydigt budskab med hensyn til karakteren, kvaliteten eller den geografiske oprindelse (eller andre egenskaber) af varer og tjenesteydelser, der er affattet på en sådan måde, at ikke-vildledende brug er umulig (jf. https://guidelines.euipo.europa.eu/2302857/2227837/trade-mark-guidelines/2-the-test-for-deceptiveness).

oplysninger vedrørende »alder, seriøsitet og knowhow, som fabrikanten af varerne har«, og på den anden side således, at det antydes, at indehaveren af disse varemærker har fremstillet de omhandlede varer igennem århundreder, hvilket derved giver dem et prestigebetonet image. Den omstændighed, at disse mange forskellige og til en vis grad vage fortolkninger af bestanddelen »1717« anvendes af Cour de cassation (kassationsdomstol), bekræfter efter min opfattelse, at de anfægtede varemærker ikke udgør en tilstrækkelig specifik beskrivelse af en egenskab ved de varer, som de omfatter. Bedømmelsen kan være en anden, såfremt varemærkerne i stedet for denne bestanddel indeholdt en mere præcis ordlyd som eksempelvis »Håndværk siden 1717« eller »Teknik anvendt siden 1717«. Dette er imidlertid ikke tilfældet i denne situation.

B. Vurderingen i henhold til artikel 3, stk. 1, litra g), skal udelukkende baseres på varemærket og listen over de omfattede varer eller tjenesteydelser

49. Jeg vil i dette afsnit forklare, at selv såfremt en bestanddel af et varemærke som eksempelvis årstallet »1717« anses for at formidle oplysninger om en specifik egenskab ved de varer eller tjenesteydelser, som det omfatter, ved f.eks. at angive, at disse varer fremstilles ud fra et flere hundrede år gammelt selskabs knowhow og besidder en særlig kvalitet, vil unøjagtigheden af disse oplysninger og følgelig den potentielt vildledende karakter af varemærket under alle omstændigheder udelukkende kunne vurderes i lyset af varernes eller tjenesteydelsernes egenskaber, således som de fremgår af ansøgningen om registrering. Disse egenskaber omfatter ikke det årstal, hvor varemærkets indehaver faktisk blev grundlagt (som i dette tilfælde er 2009).

50. Jeg skal i denne forbindelse erindre om, at jeg i mit forslag til afgørelse i PMJC-sagen [15] forklarede, at Domstolen allerede har fastslået, at »[m]ed henblik på i øvrigt at kunne konstatere, at et varemærke er registreret i strid med den registreringshindring, der vedrører risikoen for vildledning, skal det godtgøres, at det tegn, der er indgivet med henblik på registrering som varemærke, i sig selv skaber en sådan risiko« [16]. Fauré Le Page, den franske regering og Kommissionen har anført, at den ugyldighedsgrund, der er fastsat i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95, kræver, at det på det tidspunkt, hvor ansøgningen om registrering blev indgivet, fastlægges, at varemærket *i sig selv* var vildledende [17] – i den forstand, at offentligheden ud fra det ville kunne udlede oplysninger, der nødvendigvis er urigtige for så vidt angår de varer eller tjenesteydelser, der er opregnet i denne ansøgning. Der skal med andre ord ab initio [18] have været en uoverensstemmelse mellem de oplysninger, der formidles ved varemærket, og egenskaberne ved de varer eller tjenesteydelser, der er beskrevet i denne ansøgning [19].

51. Det følger heraf, at specifikke omstændigheder, der ikke udspringer af selve varemærket eller af den liste over varer og tjenesteydelser, der er omfattet af dette varemærke, således som den fremgår på ansøgningstidspunktet, ikke skal tages i betragtning i forbindelse med vurderingen af vildledningsspørgsmålet i henhold til artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95 [20].

15 – C-168/24, EU:C:2025:221 (herefter »mit forslag til afgørelse i PMJC-sagen«). Jf. punkt 41-46 i dette forslag til afgørelse.

16 – Jf. dom af 8.6.2017, W.F. Gözze Frottierweberei og Gözze (C-689/15, EU:C:2017:434, præmis 55 og den deri nævnte retspraksis). Min fremhævelse. Denne dom omhandlede fortolkningen af artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009 og ikke artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95. Den kan imidlertid anvendes analogt i forhold til fortolkningen af den sidstnævnte bestemmelse.

17 – Jf. analogt dom af 3.9.2025, Verband der Islamischen Kulturzentren mod EUIPO – Inaba Shokuhin (TUNA) (T-377/24, ikke trykt i Sml., EU:T:2025:825, præmis 80 og den deri nævnte retspraksis). Jf. ligeledes mit forslag til afgørelse i PMJC-sagen, punkt 41 og 44 og den deri nævnte retspraksis.

18 – Jf. analogt dom af 29.6.2022, Hijos de Moisés Rodríguez González mod EUIPO – Irland og Ornua (La Irlandesa 1943) (T-306/20, EU:T:2022:404, præmis 68).

19 – Jf. analogt den retspraksis, der er nævnt ovenfor i punkt 37.

20 – Jf. analogt dom af 3.9.2025, Verband der Islamischen Kulturzentren mod EUIPO – Inaba Shokuhin (TUNA) (T-377/24, ikke trykt i Sml., EU:T:2025:825, præmis 81-83).

52. Der er i den foreliggende sag ingen uoverensstemmelse mellem de oplysninger, der formidles ved varemærket, og de egenskaber ved de varer eller tjenesteydelser, der kan udledes af ansøgningen om registrering. Der er således intet i listen over varer i denne ansøgning, der nærmere bestemt omhandler »læder og læderimitationer, kufferter og rejsetasker, rejsetasker, håndtasker«, der vil kunne være i strid med de oplysninger, der angiveligt formidles ved de anfægtede varemærker, navnlig at de varer, der er omfattet af disse varemærker, bliver fremstillet ud fra et flere hundrede år gammelt selskabs knowhow, og at de besidder en særlig kvalitet. Der kan ikke tages hensyn til den omstændighed, at Fauré Le Page Paris og Fauré Le Page Maroquinier først blev stiftet henholdsvis i 2009 og 2011, eftersom disse oplysninger, som jeg allerede har forklaret, ikke fremgår af selve varemærkerne eller listen over de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af dem.

53. Goyard har ikke desto mindre anført, at blandt de forskellige eksempler, der er nævnt i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95, og som gengives i punkt 31 ovenfor, forudsætter eksemplet vedrørende »geografisk oprindelse«, at der tages hensyn til de omstændigheder, der knytter sig til det sted, hvor de omhandlede varer eller tjenesteydelser fremstilles, hvilke er eksterne i forhold til selve varemærket eller listen over de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af det. Ifølge Goyard følger det heraf, at bestanddele som i den foreliggende sag den omstændighed, at Fauré Le Page Paris og Fauré Le Page Maroquinier blev stiftet i henholdsvis 2009 og 2011, der hverken fremgår af selve varemærket eller listen over de varer eller tjenesteydelser, som det omfatter, ligeledes kan tages i betragtning med henblik på at fastlægge varemærkets ugyldighed i henhold til artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95.

54. Jeg er igen uenig. Jeg anerkender, at der som udgangspunkt ikke findes eksempler i Domstolens eller for den sags skyld Rettens praksis på et varemærke, der faktisk anses for at kunne vildlede offentligheden som omhandlet i denne bestemmelse eller i artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009 [der, som jeg allerede har forklaret i punkt 35 ovenfor, er affattet således, at den er identisk med artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95], for så vidt angår »geografisk oprindelse« for de varer eller tjenesteydelser, som det omfatter.

55. Det forekommer mig imidlertid, at Retten i forbindelse med anvendelsen af artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009 har anlagt en bred fortolkning af begrebet »geografisk oprindelse«, idet det forstås således, at det henviser til oprindelsen for varer eller tjenesteydelser, eksempelvis en gammel bondegård, som ikke behøver at være en specifik geografisk placering [21].

56. Jeg kan på dette grundlag eksempelvis sagtens forestille mig, at et varemærke, der indeholder ordene »Fra skoven«, kunne erklæres ugyldigt i henhold til artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95 for varer, der i en ansøgning om registrering beskrives som »møbler lavet af materialer, der imiterer træ (som eksempelvis plastik)«, på det grundlag, at et sådant varemærke ville kunne vildlede offentligheden ikke alene med hensyn til sammensætningen, men ligeledes med hensyn til oprindelsen af de relevante produkter. En sådan vurdering kan foretages, uden at det er nødvendigt at tage stilling til andre bestanddele end selve varemærket eller opregningen af de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af det.

[21] – Jf. dom af 27.6.2017, Aldi Einkauf mod EUIPO – Fratelli Polli (ANTICO CASALE) (T-327/16, ikke trykt i Sml., EU:T:2017:439, præmis 46-52). Retten stadfæstede imidlertid i denne dom de konklusioner, som appelkammeret ved Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) drog, om, at den relevante kundekreds ikke ville opfatte udtrykket »antico casale« således, at det formidler et tilstrækkelig specifikt og klart budskab, og følgelig ikke ville anse denne bestanddel af varemærket for en angivelse af den geografiske oprindelse af de omhandlede varer, men derimod snarere for et rent anprisende udtryk.

57. Jeg er følgelig ikke overbevist af Goyards argument om, at henvisningen til »geografisk oprindelse« for varer eller tjenesteydelser i denne bestemmelse nødvendigvis indebærer, at der skal tages hensyn til eksterne bestanddele [22].

58. Jeg er i lyset af disse betragtninger af den opfattelse, at den omstændighed, at Fauré Le Page Paris og Fauré Le Page Maroquinier i det foreliggende tilfælde blev grundlagt i henholdsvis 2009 og 2011, ikke kan tages i betragtning med henblik på fastlæggelsen af, at de anfægtede varemærker vil kunne vildlede offentligheden og følgelig skal erklæres ugyldige i henhold til artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95. På dette grundlag og med forbehold af den forelæggende rets konklusioner er det vanskeligt at få øje på, hvordan den ugyldighedsgrund, der er fastsat i denne bestemmelse, kan finde anvendelse for disse varemærker.

C. Afsluttende bemærkninger: sondringen mellem ugyldighed og fortabelse og andre retsmidler

59. Goyards hovedargumentation for så vidt angår de anfægtede varemærker er, som jeg allerede har forklaret i indledningen, at de indeholder en bestanddel i form af årstallet »1717«, der vil kunne bibringe offentligheden det (forkerte) indtryk, at den oprindelige producent af de varer, der er omfattet af varemærket (Maison Fauré Le Page, grundlagt i 1716), fortsat deltager i fremstillingen af dem, selv om den nuværende indehaver (Fauré Le Page Paris) først blev grundlagt i 2009.

60. Jeg skal med henblik på at fuldføre min bedømmelse tilføje, at såfremt man erklærer et varemærke som de anfægtede varemærker ugyldigt i henhold til artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95 alene af denne grund, ville det efter min opfattelse være i strid med det grundlæggende princip om, at varemærker udgør selvstændige objekter, der kan gøres til genstand for kommercielle transaktioner. Ejerskabet til dem kan overdrages fra en person eller et selskab til en anden person eller et andet selskab, uden at denne overdragelse i sig selv gør varemærket ugyldigt. Det var i det væsentlige det, som Domstolen fastslog i Emanuel-dommen for så vidt angår et varemærke, der bærer navnet på den oprindelige designer af de omhandlede beklædningsgenstande, der ikke længere medvirkede i designet og fremstillingen af disse varer [23].

61. Jeg kan udlede af anmodningen om en præjudiciel afgørelse, at Fauré Le Page lovligt erhvervede det franske varemærke »Fauré Le Page« fra Saillard, som selv havde været eneaktionær i det oprindelige Maison Fauré Le Page, fra hvem det efterfølgende erhvervede samtlige aktiver. Jeg er ligeledes enig med Fauré Le Page i, at offentligheden er klar over, at varemærker, særligt de, der er registreret for varer i sektoren for prestigebetonede varer, således som det er tilfældet i den foreliggende situation, ofte henviser til årstallet for grundlæggelsen af den oprindelige eller første producent, selv om denne producent ikke længere er ansvarlig for fremstillingen af varerne. Dette er en naturlig konsekvens af den omstændighed, at en flere

[22] – Som jeg vil forklare nærmere i punkt 62 nedenfor, kan der tages hensyn til andre bestanddele end varemærket selv eller listen over de varer eller tjenesteydelser, som det omfatter (såsom omstændighederne omkring, *hvor* disse varer eller tjenesteydelser faktisk fremstilles eller leveres), med henblik på anvendelsen af artikel 12, stk. 2, litra b), i direktiv 2008/95, der omhandler fortabelse af varemærker, som følge af at de er vildledende. Varemærket »Mövenpick of Switzerland« blev eksempelvis fortabt, idet de omhandlede varer blev fremstillet i Tyskland (jf. Første Appelkammers afgørelse af 12.2.2009, R 697/2008-1, Biscosuisse – Chocosuisse mod Mövenpick Holding, punkt 17-19).

[23] – Jf. denne doms præmis 45-49. Jf. ligeledes generaladvokat Ruiz-Jarabo Colomers forslag til afgørelse Emanuel (C-259/04, EU:C:2006:50, punkt 35-40). Jf. endelig dom af 14.5.2009, Fiorucci mod KHIM – Edwin (ELIO FIORUCCI) (T-165/06, EU:T:2009:157, præmis 30-34). Jeg skal tilføje, at det i artikel 21 i aftalen om handelsrelaterede intellektuelle ejendomsrettigheder (TRIPs) fastlægges, at »indehaveren af et registreret varemærke skal have ret til at overdrage varemærket med eller uden overførsel af den erhvervsudøvelse, med hvilken varemærket er forbundet«.

hundrede år gammel virksomhed sjældent forbliver uændret over tid og i praksis gennemgår adskillige transaktioner i form af salg, tilbagekøb, rekonstruktion og licensgivning af varemærker. Det er klart, at sådanne transaktioner ikke i sig selv automatisk gør varemærker ugyldige, når de indeholder bestanddele, der vedrører deres tidligere eller oprindelige indehaver.

62. Når dette er sagt, er den løsning, som jeg vil foreslå, at Domstolen vælger, ikke til hinder for muligheden for *fortabelse* af disse varemærker, hvor omstændighederne vedrørende deres brug efter registreringen viser, at den oprindelige producent (eller tidligere eller oprindelige indehaver af varemærket) ikke længere er involveret i fremstillingen af varerne eller leveringen af de tjenesteydelser, der er omfattet af varemærket, og at varemærket som følge heraf vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til en egenskab ved disse varer eller tjenesteydelser.

63. Jeg skal i denne forbindelse erindre om, at jeg i mit forslag til afgørelse i PMJC-sagen [24] præciserede forskellen mellem artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95, der vedrører ugyldighed, dvs. hvorvidt et varemærke i første omgang skulle have været registreret, og artikel 12, stk. 2, litra b), i samme direktiv, der omhandler fortabelse, nærmere bestemt hvorvidt et varemærke, som gyldigt er blevet registreret, ikke desto mindre kan fortabes, hvis det ikke længere opfylder registreringsbetingelserne. Som jeg allerede har anført, skal bestanddele, der ikke fremgår af selve varemærket eller listen over de varer eller tjenesteydelser, der fremgår af ansøgningen om registrering, ikke tages i betragtning i forbindelse med sidstnævnte bestemmelse. Artikel 12, stk. 2, litra b), i direktiv 2008/95 bestemmer omvendt, at et varemærke skal kunne fortabes, såfremt det efter registreringsdatoen »*som følge af den brug*, der af indehaveren eller med dennes samtykke gøres af varemærket for de varer eller tjenesteydelser, for hvilke det er registreret, vil kunne vildlede offentligheden, især med hensyn til varernes eller tjenesteydelsernes art, beskaffenhed eller geografiske oprindelse« [25]. I henhold til denne bestemmelse kan der følgelig tages hensyn til iboende bestanddele, der knytter sig til den brug, der gøres af varemærket, efter at det er blevet registreret.

64. Det følger heraf, at selv om et varemærke, der indeholder bestanddele, der henviser til dets tidligere eller oprindelige indehaver eller til den oprindelige producent af de varer eller leverandør af de tjenesteydelser, som det omfatter, ikke kan erklæres ugyldig i henhold til artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95, kan det ikke desto mindre fortabes i henhold til direktivets artikel 12, stk. 2, litra b), såfremt det eksempelvis kan påvises, at varemærket efter registrering er blevet anvendt for varer, der er blevet fremstillet uden nogen forbindelse overhovedet til den oprindelige producent eller fremstiller. Jeg skal erindre om, at det i det væsentlige er den konklusion, som jeg nåede frem til i mit forslag til afgørelse i PMJC-sagen, hvor jeg foreslog Domstolen at fortolke sidstnævnte bestemmelse således, at den ikke er til hinder for en erklæring om *fortabelse* af et varemærke, som består af efternavnet på en designer, med den begrundelse, at det efter overdragelsen er blevet anvendt på en måde, der effektivt kan forlede offentligheden til at tro, at denne designer deltager i designet af de varer, der er forsynet med dette mærke, selv om dette ikke længere er tilfældet.

65. Jeg skal endelig nævne, at det følger af syvende betragtning til direktiv 2008/95, at direktivet ikke bør »udelukke, at varemærkerne underkastes andre lovbestemmelser end de varemærkeretlige regler i medlemsstaterne, såsom bestemmelser om illoyal konkurrence, erstatningsansvar eller forbrugerbeskyttelse«. Som forklaret af Domstolen i Emanuel-dommen [26] kan inddragelsen af »urigtige« oplysninger i et varemærke under visse omstændigheder udgøre

[24] – Jf. punkt 50-54 i dette forslag til afgørelse.

[25] – Min fremhævelse.

[26] – Jf. dommens præmis 50.

»svigagtig« adfærd med henblik på fastlæggelsen af erstatningsansvar, selv om det ikke er vildledning som omhandlet i direktivets artikel 3, stk. 1, litra g). Dette kan særligt være tilfældet, såfremt indehaveren af varemærket præsenterer sig selv over for den relevante kundekreds som den retlige eller økonomiske efterfølger til indehaveren af et tidligere tilsvarende varemærke, uden at der er tale om en uafbrudt videreførelse eller en efterfølger.

66. Der kan ligeledes tages hensyn til en sådan omstændighed, såfremt den allerede var til stede på tidspunktet for registreringen af varemærket, med henblik på dette varemærkes ugyldighed på et andet grundlag i artikel 3, stk. 2, i direktiv 2008/95, nærmere bestemt artikel 3, stk. 2, litra d), der omhandler ansøgninger, der er indgivet i ond tro [27].

67. Et sådant alternativ afhænger imidlertid af, hvorvidt det kan fastslås, at indehaveren af varemærket, som i dette tilfælde er Fauré Le Page, bevidst forsøgte at give et forkert indtryk af en uafbrudt videreførelse, eller at der var tale om en efterfølger. Som jeg opfatter det og med forbehold for den forelæggende rets bedømmelse, synes det ikke at være tilfældet i den foreliggende situation, eftersom Fauré Le Page Paris, som jeg allerede har nævnt i punkt 60 ovenfor, lovligt har erhvervet det franske varemærke »Fauré Le Page« fra Saillard, som selv havde været eneaktionær i det oprindelige Maison Fauré Le Page, fra hvem det efterfølgende erhvervede samtlige aktiver.

V. Forslag til afgørelse

68. Jeg vil i lyset af ovenstående betragtninger foreslå, at Domstolen besvarer de præjudicielle spørgsmål fra Cour de cassation (kassationsdomstol, Frankrig) som følger:

»Artikel 3, stk. 1, litra g), i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2008/95/EF af 22. oktober 2008 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker skal fortolkes således, at anvendelsen af et årstal i et varemærke, der af offentligheden opfattes som en angivelse af årstallet for grundlæggelsen af varemærkets indehaver, selv om dette ikke er tilfældet, ikke i sig selv kan føre til dette varemærkes ugyldighed. Såfremt et varemærke skal erklæres ugyldigt i henhold til denne bestemmelse, skal det kunne vildlede offentligheden med hensyn til en egenskab ved de varer eller tjenesteydelser, som det omfatter, og udgøre en tilstrækkelig specifik beskrivelse af denne egenskab. Der bør endvidere ikke tages hensyn til enhver omstændighed såsom det faktiske årstal for grundlæggelsen af varemærkets nuværende indehaver, som er eksternt i forhold til selve varemærket eller listen over de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af det, således som den fremgår på ansøgningstidspunktet, i forbindelse med vurderingen i henhold til direktivets artikel 3, stk. 1, litra g).«

[27] – Jf. analogt for så vidt angår forordning nr. 207/2009 dom af 6.7.2022, Zdút mod EUIPO – Nehera m.fl. (nehera) (T-250/21, EU:T:2022:430, præmis 68). Den bestemmelse, der svarer til artikel 3, stk. 2, litra d), i direktiv 2008/95 i forbindelse med denne forordning, er artikel 52, stk. 1, litra b).