Samling af Afgørelser

RETTENS DOM (Femte Afdeling)

20. september 2019*

»EU-varemærker – indsigelsessag – ansøgning om EU-figurmærket Idealogistic Compass Greatest care in getting it there – det ældre internationale figurmærke IDÉA – relativ registreringshindring – risiko for forveksling – artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning (EU) 2017/1001«

I sag T-716/18,

The Logistical Approach BV, Uden (Nederlandene), ved advokaterne R. Milchior og S. Charbonnel,

sagsøger,

mod

Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) ved V. Ruzek, som befuldmægtiget,

sagsøgte,

den anden part i sagen for appelkammeret ved EUIPO og intervenient ved Retten:

Idea Groupe, Montoir de Bretagne (Frankrig), ved advokaterne P. Langlais og C. Guyot,

angående en påstand om annullation af afgørelse truffet den 21. september 2018 af Fjerde Appelkammer ved EUIPO (sag R 2062/2017-4) vedrørende en indsigelsessag mellem Idea Groupe og The Logistical Approach,

har

RETTEN (Femte Afdeling),

sammensat af afdelingsformanden, D. Gratsias, og dommerne I. Labucka (refererende dommer) og I. Ulloa Rubio,

justitssekretær: fuldmægtig I. Dragan,

under henvisning til stævningen, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 5. december 2018,

under henvisning til svarskriftet fra EUIPO, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 22. februar 2019,

under henvisning til intervenientens svarskrift, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 20. februar 2019,

* Processprog: fransk.

under henvisning til Rettens skriftlige spørgsmål til parterne,

og efter retsmødet den 15. maj 2019,

afsagt følgende

Dom [1]

[*udelades*]

Retlige bemærkninger

13 Sagsøgeren har til støtte for søgsmålet fremsat et enkelt anbringende vedrørende en tilsidesættelse af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning 2017/1001. Sagsøgeren har anfægtet appelkammerets vurderinger angående den relevante kundekreds, sammenligningen af tjenesteydelserne, sammenligningen af tegnene og om, at der foreligger en risiko for forveksling.

[*udelades*]

Om den relevante kundekreds

18 Ifølge retspraksis skal der i forbindelse med helhedsvurderingen af risikoen for forveksling tages hensyn til gennemsnitsforbrugeren af de pågældende varer, som er almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet. Der må også tages hensyn til, at gennemsnitsforbrugerens opmærksomhedsniveau kan variere, alt efter hvilken kategori af varer eller tjenesteydelser der er tale om (jf. dom af 13.2.2007, Mundipharma mod KHIM – Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, EU:T:2007:46, præmis 42 og den deri nævnte retspraksis).

19 Eftersom det ældre varemærke i den foreliggende sag er en international registrering, hvor Den Europæiske Union er designeret, koncentrerede appelkammeret sin analyse af risikoen for forveksling på Unionens engelsktalende kundekreds' opfattelse af varemærket. Det fandt, at den relevante kundekreds var sammensat af såvel »gennemsnitlige forbrugere« som professionelle specialister og at den brede offentlighed almindeligvis udviste en gennemsnitlig grad af opmærksomhed, mens den professionelle kundekreds sandsynligvis ville udvise en høj grad af opmærksomhed.

20 Sagsøgeren har kritiseret appelkammeret for at have lagt til grund, at den relevante kundekreds er »blandet«, idet den er sammensat af såvel den brede offentlighed som professionelle, og for ikke at have defineret den relevante kundekreds for hver af tjenesteydelserne, idet appelkammeret begrænsede sig til at give nogle eksempler. Hvad bl.a. angår de tjenesteydelser der er omfattet af det ansøgte varemærke, har sagsøgeren gjort gældende, at tjenesteydelserne »omskibning af varer på paller, inklusive multimedier, gruppering af varer på og ikke på paller, både inden for dedikerede serviceydelser og inden for globale serviceydelser, transport af varer i specielle størrelser og ikke-bulkvarer (for eksempel maskiner eller udstyr)« udelukkende henvender sig til den professionelle kundekreds, mens tjenesteydelserne »sikkerhedstransport, ekspreslevering til specifikke destinationer, arrangering af transport for returvarer og rådgivning inden for transportlogistik« angår den brede offentlighed lige såvel som professionelle.

1 – Der gengives kun de præmisser i nærværende dom, som Retten finder det relevant at offentliggøre.

21 For så vidt angår de tjenesteydelser, der er omfattet af det ældre varemærke, er tjenesteydelserne »losning af gods fra vogne, fly, skibe og lastbiler; bugsering; udlejning af køretøjer; opbevaring af databærere eller elektronisk lagrede dokumenter; havne- og industrilogistik; flowstyring, godsbehandling og transportkommission for gods; fragtning af køretøjer, skibe og fly; forsyning til samlebånd og lastbehandling af luftfartøjselementer« udelukkende rettet mod den professionelle kundekreds, mens tjenesteydelserne »transport, emballage, pakning og opbevaring af varer, information angående transport, emballage og opbevaring af varer, speditionstjenester; vej- og jernbanetransport af gods; bugsering, udlejning af køretøjer« er rettet både mod professionelle og den brede offentlighed.

22 EUIPO har gjort gældende, at sagsøgerens argument er irrelevant, eftersom appelkammeret fandt, at der forelå risiko for forveksling både for de tjenesteydelser, der henvender sig til den brede offentlighed, og for de tjenesteydelser, der henvender sig til den professionelle kundekreds, som udviser en høj grad af opmærksomhed. Intervenienten har ligeledes støttet denne fremgangsmåde.

23 Det skal i denne henseende bemærkes, at det spiller en afgørende rolle i helhedsvurderingen af risikoen for forveksling, hvordan gennemsnitsforbrugeren af den pågældende kategori af varer eller tjenesteydelser opfatter varemærkerne (jf. dom af 26.4.2007, Alcon mod KHIM, C-412/05 P, EU:C:2007:252, præmis 59 og den deri nævnte retspraksis).

24 I henhold til den i nærværende doms præmis 18 nævnte retspraksis skal det ligeledes bemærkes, at gennemsnitsforbrugerens grad af opmærksomhed kan variere, alt efter hvilken kategori af varer eller tjenesteydelser der er tale om. Denne grad af opmærksomhed påvirker navnlig opfattelsen af tegn.

25 Heraf følger, at definitionen af den relevante kundekreds og dennes grad af opmærksomhed i forhold til hver tjenesteydelse eller hver kategori af tjenesteydelser er af væsentlig betydning i forbindelse med vurderingen af risikoen for forveksling.

26 Som sagsøgeren har gjort gældende, fastslog appelkammeret imidlertid i den foreliggende sag, at de omhandlede tjenesteydelser henvender sig til den brede offentlighed og til specialister, idet appelkammeret begrænsede sig til at give eksempler på tjenesteydelser, som henvender sig til den brede offentlighed, nemlig »ekspreslevering til specifikke destinationer« eller »arrangering af transport for returvarer«. Hermed definerede appelkammeret den relevante kundekreds for de omhandlede tjenesteydelser overordnet set. Appelkammeret identificerede imidlertid ikke, hvilke tjenesteydelser der udelukkende henvender sig til professionelle, som udviser en høj grad af opmærksomhed, og hvilke tjenesteydelser der både henvender sig til professionelle og den brede offentlighed, idet den brede offentlighed udviser en gennemsnitlig grad af opmærksomhed.

27 For så vidt som appelkammeret – således som EUIPO har anført – i den anfægtede afgørelses punkt 56 og 57 ganske vist lagde til grund, at risikoen for forveksling foreligger både for de tjenesteydelser, som henvender sig til både professionelle og den brede offentlighed, og for dem, der udelukkende henvender sig til professionelle, kunne appelkammeret af procesøkonomiske grunde undlade at identificere den gennemsnitlige forbruger for hver af de omhandlede tjenesteydelser.

28 Denne fremgangsmåde er imidlertid kun i overensstemmelse med de principper, der bl.a. følger af den ovenfor i præmis 18 og 23 nævnte retspraksis, hvis appelkammerets konklusion om, at risikoen for forveksling både foreligger for de tjenesteydelser, der henvender sig til en kundekreds, som består af såvel den brede offentlighed, som udviser en gennemsnitlig grad af opmærksomhed, som den professionelle kundekreds, der udviser en høj grad af opmærksomhed, og for de tjenesteydelser, som udelukkende henvender sig til den professionelle kundekreds, ikke er fejlbehæftet.

29 Hvis appelkammerets konklusion, der er nævnt ovenfor i præmis 28, derimod er fejlbehæftet, idet risikoen for forveksling kun foreligger for en af de pågældende kundekredse, skal sagsøgerens klagepunkt tiltrædes, og den anfægtede afgørelse skal annulleres på dette grundlag. Nærværende klagepunkts relevans afhænger således af rigtigheden af appelkammerets konklusion, der er anført i den anfægtede afgørelses punkt 56 og 57, og som behandles i det følgende.

Om sammenligningen af tjenesteydelserne

30 I den foreliggende sag fandt appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 25-32, at de omhandlede tjenesteydelser var af samme art. Sagsøgeren har bestridt disse udtalelser. Af procesøkonomiske grunde skal det på nuværende tidspunkt imidlertid lægges til grund, at de tjenesteydelser, der er omfattet af de omtvistede varemærker, er af samme art. Det er i forbindelse med vurderingen af, om der foreligger en risiko for forveksling, at det på grundlag af denne forudsætning skal efterprøves, om appelkammerets konklusion angående denne risiko er gyldig (jf. præmis 65-70 nedenfor).

[*udelades*]

Om der foreligger risiko for forveksling

[*udelades*]

63 I den foreliggende sag har appelkammeret anført, at de omhandlede tjenesteydelser er af samme art, og at de omhandlede tegn, selv om de har forskelligheder, har en svag grad af lighed på det visuelle, fonetiske og begrebsmæssige plan som følge af bestanddelen »idea«, som de har til fælles. Appelkammeret konkluderede, at der i den foreliggende sag forelå en risiko for forveksling som omhandlet i artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning 2017/1001, som omfattede både de tjenesteydelser, der henvender sig til den brede offentlighed, og dem, der henvender sig til en professionel kundekreds, for så vidt som denne sidstnævnte kundekreds ligesom den brede offentlighed kun sjældent har mulighed for at foretage en umiddelbar sammenligning af de forskellige varemærker, men må stole på det ufuldstændige billede, de har af dem i erindringen.

64 Hvad angår det ældre varemærkes særpræg lagde appelkammeret med henblik på helhedsvurderingen til grund, at det er normalt, uden at undersøge intervenientens argumenter angående det ældre varemærkes høje grad af særpræg som følge af en intensiv brug på markedet. Appelkammeret fandt således, at et gennemsnitligt særpræg var tilstrækkeligt til at fastslå, at der forelå risiko for forveksling i den foreliggende sag.

65 I den foreliggende sag har de omhandlede tegn en svag grad af lighed på det visuelle, fonetiske og begrebsmæssige plan (jf. præmis 49, 56 og 61 ovenfor). Blandt de elementer, der skal tages hensyn til i forbindelse med vurderingen af risikoen for forveksling, er bl.a. den relevante kundekreds' grad af opmærksomhed med hensyn til omhandlede tjenesteydelser. I den foreliggende sag fandt appelkammeret imidlertid, at en del af tjenesteydelserne udelukkende henvender sig til en professionel kundekreds, hvis grad af opmærksomhed er høj, og som tager sig tid til at undersøge de omtvistede varemærker.

66 Forudsat at de omhandlede tjenesteydelser er af samme art, således som appelkammeret har lagt til grund (jf. præmis 30 ovenfor), og idet der tages hensyn til det ældre varemærkes normale særpræg (jf. præmis 64 ovenfor), burde appelkammeret have udelukket, at der forelå risiko for forveksling, i det mindste for de tjenesteydelser, som udelukkende henvender sig til en professionel kundekreds, der udviser en høj grad af opmærksomhed. Som følge af den høje grad af opmærksomhed i forbindelse med valget af de omhandlede tjenesteydelser og under hensyntagen til den svage grad af lighed mellem de omhandlede tegn, herunder navnlig på grund af deres forskellige strukturer, hvilket ikke vil

undslippe en særligt opmærksom og velunderrettet kundekreds' opmærksomhed, kan der således ikke foreligge en risiko for forveksling for så vidt angår den kommercielle oprindelse for disse tjenesteydelser.

67 Det skal i denne henseende bemærkes, at i modsætning til hvad appelkammeret har anført i den anfægtede afgørelses punkt 57, kan den omstændighed, at professionelle kun sjældent har mulighed for at foretage en umiddelbar sammenligning af de forskellige varemærker, men må stole på det ufuldstændige billede, de har af dem i erindringen, ikke føre til en konklusion, hvorefter billedet af de omhandlede varemærker i den foreliggende sag i betydelig grad ville fastlægges ved deres fælles bestanddel »idea«.

68 Selv om bestanddelen »idea« er indeholdt i en af de dominerede bestanddele af det ansøgte varemærke, og at det er det ældre varemærkes særprægede bestanddel, vil professionelle ikke huske dette som den eneste bestanddel, der gør det muligt at identificere de omhandlede varemærker.

69 Heraf følger, at nærværende anbringende skal tiltrædes for så vidt angår de af det ansøgte varemærkes tjenesteydelser, der udelukkende henvender sig til en professionel kundekreds.

70 Eftersom appelkammeret i den foreliggende sag imidlertid ikke på udtømmende vis har identificeret, hvilke tjenesteydelser der udelukkende henvender sig til professionelle, som udviser en høj grad af opmærksomhed, og hvilke tjenesteydelser der både henvender sig til professionelle og til den brede offentlighed, som udviser en gennemsnitlig grad af opmærksomhed (jf. præmis 26 ovenfor), skal nærværende anbringende tiltrædes i det hele, og den anfægtede afgørelse annulleres i sin helhed.

[*udelades*]

af disse grunde

udtaler og bestemmer

RETTEN (Femte Afdeling):

1) Afgørelsen truffet den 21. september 2018 (sag R 2062/2017-4) af Fjerde Appelkammer ved Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) annulleres.

2) EUIPO og Idea Groupe bærer hver deres egne omkostninger og betaler hver halvdelen af de af The Logistical Approach BV afholdte omkostninger.

Gratsias Labucka Ulloa Rubio

Afsagt i offentligt retsmøde i Luxembourg den 20. september 2019.

Underskrifter