EUIPN
EUROPEAN UNION
INTELLECTUAL PROPERTY NETWORK

www.euipn.org

SV

GEMENSAMT MEDDELANDE

ANVÄNDNING AV ETT VARUMÄRKE I EN ANNAN FORM ÄN DEN REGISTRERADE FORMEN

OKTOBER 2020

1. BAKGRUND

Immaterialrättsmyndigheterna inom det europeiska nätverket för varumärke och design fortsätter samarbetet inom ramen för konvergensprogrammet. De har nu kommit överens om en utökad gemensam praxis avseende användningen av ett varumärke i en annan form än den registrerade, i syfte att identifiera allmänna principer för att bedöma när användningen av ett varumärke i en form som skiljer sig från den registrerade ändrar dess särskiljningsförmåga och att ge vägledning om detta.

Denna gemensamma praxis offentliggörs genom detta gemensamma meddelande i syfte att ytterligare öka insynen, rättssäkerheten och förutsägbarheten för såväl granskare som användare.

Den gemensamma praxisens tillämpningsområde är att bedöma de typer av förändringar som kan inträffa i varumärket om det används i en annan form än den som registrerats, nämligen vid tillägg, utelämnande eller ändring av element eller vid en kombination av dessa förändringar.

Följande **omfattas inte** av den gemensamma praxisen:

- Andra märken än ordmärken, rena figurmärken och sammansatta märken, i synnerhet utstyrslar, positionsmärken, mönstermärken, färgmärken och andra icke-traditionella märken.
- Beskrivningar, färganspråk och disclaimrar. Även om de skulle kunna ha en inverkan på bedömningen beaktas de inte i denna gemensamma praxis eftersom varumärkena bedöms på grundval av de återgivningar som visas i de angivna exemplen.
- Förstärkt särskiljningsförmåga genom användning (renommé, välkänd egenskap) och dess inverkan på bedömningen.
- Definition av verkligt bruk och den metodik som medlemsstaternas immaterialrättsmyndigheter använder i sin granskning.
- Definition av faktorer som bör beaktas vid bedömningen av verkligt bruk (dvs. användningens plats, tid och omfattning).
- Bevis som ska registreras för att intyga verkligt bruk av ett tecken (t.ex. kataloger, fakturor, prislistor eller undersökningar). Den motivering som lämnas i alla exempel utgår ifrån att återgivningen av varumärket så som det används i dessa exempel är det enda användningsmedel/användningssätt som anges i stödbevisen([1]).
- Förfarandemässiga aspekter vid invändning, upphävande och/eller ogiltigförklaring.
- Beskrivning av rättsliga begränsningar som förhindrar genomförande vid vissa medlemsstaters immaterialrättsmyndigheter.
- Språkproblem (alla exempel är på engelska och det förutsätts att de förstås av den relevanta omsättningskretsen).

[1] Bedömningen av huruvida varumärket så som det används utgör en godtagbar variation av dess registrerade form måste utgå från de bevis som parterna har lämnat in i det aktuella fallet.

2. DEN GEMENSAMMA PRAXISEN

Nedan sammanfattas de viktigaste budskapen och principutlåtandena i den gemensamma praxisen. Den fullständiga texten och alla de använda exemplen finns i bilaga 1 till detta gemensamma meddelande.

INLEDANDE ANMÄRKNING OM SAMTIDIG ANVÄNDNING AV FLERA KÄNNETECKEN

I handelssammanhang används varumärken ofta tillsammans med andra kännetecken (t.ex. för att visa ett undervarumärke och/eller ett s.k. ”house mark” eller tillsammans med ett företagsnamn). Om flera kännetecken används tillsammans men förblir oberoende av varandra och fyller sin särskiljande funktion som separata kännetecken, uppstår inte ens frågan huruvida särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats har ändrats.

Samtidig användning av flera olika kännetecken (Klass 33)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används

PRINCIPER FÖR DEN GEMENSAMMA PRAXISEN

BEDÖMNINGSSTEG

Vid bedömning av huruvida varumärket så som det används utgör en godtagbar variation av dess form så som det registrerats bör följande åtgärder vidtas:

STEG 1: Bedömning av varumärket så som det registrerats: Bedöm varumärket så som det har registrerats genom att beakta dess särskiljande och visuellt dominerande element.

STEG 2: Bedömning av skillnader hos varumärket så som det används och förändringarnas inverkan: Bedöm om de element som bidrar till särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats föreligger och/eller har ändrats i varumärket så som det används genom en direkt jämförelse (dvs. sida vid sida) av de två varumärkena.

Vad gäller förändringarnas inverkan så bör man ta hänsyn till den högre eller lägre nivån av särskiljningsförmåga hos varumärket så som det registrerats.

TILLÄGG

Ett element utgör ett tillägg om det läggs till i varumärket så som det används och om det inte anses vara en samtidig användning av flera olika kännetecken.

Tillägg av särskiljande element

Tillägg av ett särskiljande element som interagerar med varumärket så som det registrerats så att det inte längre kan uppfattas som självständigt ändrar i princip dess särskiljningsförmåga. Detta gäller såväl vid genomsnittlig som vid låg särskiljningsförmåga hos varumärket så som det registrerats.

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
GERIVAN	GERIVAN

Tillägg av icke särskiljande element och/eller element med låg särskiljningsförmåga

Om varumärket så som det registrerats har genomsnittlig särskiljningsförmåga kommer tillägg av icke särskiljande element eller element med låg särskiljningsförmåga i allmänhet inte att ändra dess särskiljningsförmåga, oavsett om dessa element är visuellt dominerande eller inte.

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
GERIVAN	GERIVAN

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 3)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
GERIVAN	BIO GERIVAN

Om varumärket så som det registrerats har låg särskiljningsförmåga är det troligare att dess särskiljningsförmåga ändras, även om tillägget utgörs av ett element med låg särskiljningsförmåga.

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 31)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
FLAVOUR AND AROMA	BAA-ngg-NAA FLAVOUR AND AROMA

UTELÄMNANDEN

Varumärket så som det registrerats betraktas som en enda enhet. Ett utelämnande föreligger om ett befintligt element i varumärket så som det registrerats saknas i varumärket så som det används.

Utelämnande av särskiljande element

Samtliga särskiljande element i varumärket så som det registrerats bidrar till dess särskiljningsförmåga. Utelämnandet av ett av dessa element i varumärket så som det används ändrar därför troligen varumärkets särskiljningsförmåga så som det registrerats, om inte de utelämnade elementen bortses av konsumenten på grund av deras mindre storlek och/eller placering.

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)

Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
GERIVAN BUBBLEKAT	BUBBLEKAT

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)

Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
GERIVAN *Bubblekat*	GERIVAN

Utelämnande av icke särskiljande element och/eller element med låg särskiljningsförmåga

Om varumärket så som det registrerats har genomsnittlig särskiljningsförmåga är det inte troligt att utelämnandet av ett icke särskiljande element i varumärket så som det används ändrar särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats. Detta kan även vanligen vara fallet om det utelämnade elementet har låg särskiljningsförmåga.

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 3)

Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
BIO **GERIVAN**	**GERIVAN**

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)

Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
GERIVAN	**GERIVAN**

Det kan emellertid inte uteslutas att utelämnandet av ett element med låg särskiljningsförmåga kan leda till ett annat resultat, särskilt om det utelämnade elementet är visuellt dominerande eller interagerar med andra element.

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 30)

Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
GERIVAN AROMA	GERIVAN

Om varumärket så som det registrerats endast består av element med låg särskiljningsförmåga och/eller icke särskiljande element, vars kombination gör att varumärket som en helhet kan registreras, kommer utelämnandet av ett eller flera av dessa element i allmänhet att

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 31)

Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
BIO	BIO

ändra särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.	

ÄNDRING AV EGENSKAPER (t.ex. typsnitt, storlek, färger och placering)

Ordmärken

Specifika återgivningar av ordmärket såsom dess återgivning i ett visst typsnitt eller i en viss stilisering eller storlek, i vissa färger eller med en viss placering ändrar i princip inte särskiljningsförmågan hos ordmärket så som det registrerats, så länge ordet kan identifieras som sådant i den form som används.

Om ordmärket inte längre kan identifieras kommer särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats att ändras. Detta gäller även om varumärket så som det registrerats har låg särskiljningsförmåga.

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
GERIVAN	GERIVAN

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
GERIVAN	GERIVAN

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
GERIVAN	GERIVAN

Rena figurmärken

Vid rena figurmärken härrör särskiljningsförmågan från figurelementen i en viss återgivning. En ändring i återgivningen ändrar därför sannolikt särskiljningsförmågan, såvida inte ändringen avser egenskaper som inte medför några väsentliga bidrag till varumärkets särskiljningsförmåga. Vid rena figurmärken med låg särskiljningsförmåga kan även mindre ändringar i märket leda till en förändring i dess särskiljningsförmåga.

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 9)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 31)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används

Sammansatta märken

I allmänhet gäller att ju mer ett element bidrar till särskiljningsförmågan desto mer sannolikt kommer en ändring av ett sådant element att ändra varumärkets särskiljningsförmåga.

I fall där särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats huvudsakligen härrör från

- dess ordelement – användning av dessa element i ett annat typsnitt, en annan färg eller en annan storlek kommer normalt inte att förändra särskiljningsförmågan såvida inte skillnaderna är så väsentliga att de påverkar helhetsintrycket av varumärket så som det registrerats,

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
GERIVAN	GERIVAN

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
GERIVAN	GEROTAK

- figurelement – det är mer sannolikt att ändringar i återgivningen av dessa element ändrar särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats, såvida de inte avser egenskaper som inte medför några väsentliga bidrag till varumärkets särskiljningsförmåga,

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
Best quality!	Best quality!

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
Best quality!	Best quality!

- kombination av ord- och figurelement – dessa element måste respekteras,

  om sammanställningen av sådana element bidrar till särskiljningsförmågan kan ändringen av denna sammanställning ändra särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används
BUBBLEKAT	BUBBLEKAT

KOMBINATION AV ÄNDRINGAR

I praktiken kan olika slags ändringar kombineras i varumärket så som det används.

I allmänhet gäller att **respektive principer i den gemensamma praxisen tillämpas** om ändringarna avser en kombination av tillägg, utelämnande eller ändringar av egenskaper.

Det bör bedömas huruvida någon av ändringarna i sig skulle leda till en förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats medan de övriga ändringarna saknar avgörande inverkan. Annars måste effekten av kombinationen av samtliga ändringar bedömas.

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 33)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (Klass 25)	
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används

3. GENOMFÖRANDE

Liksom tidigare gemensamma praxisdokument börjar denna gemensamma praxis gälla tre månader efter publiceringen av detta allmänna meddelande. Utförlig information om genomförandet av praxisen ges i tabellen nedan.

Genomförandemyndigheterna får offentliggöra ytterligare information på sina webbplatser.

LÄNK TILL TABELL

EUIPN
EUROPEAN UNION
INTELLECTUAL PROPERTY NETWORK

www.euipn.org

SV

GEMENSAM PRAXIS

ANVÄNDNING AV ETT VARUMÄRKE I EN ANNAN FORM ÄN DEN REGISTRERADE FORMEN

OKTOBER 2020

EUIPN
EUROPEAN UNION
INTELLECTUAL PROPERTY NETWORK

CP8: ANVÄNDNING AV ETT VARUMÄRKE I EN ANNAN FORM ÄN DEN REGISTRERADE FORMEN

1 Inledning 1

1.1 Syftet med detta dokument 1

1.2 Bakgrund 1

1.3 Praxisens tillämpningsområde 4

2 Rättspraxis från Europeiska unionens domstol 4

3 Användning av flera varumärken samtidigt 6

4 Principer för gemensam praxis 7

4.1 Viktiga begrepp 7

4.1.1 Särskiljningsförmåga 7

4.1.2 Visuellt dominerande ställning 8

4.1.3 Interaktioner 8

4.2 Bedömningssteg 8

4.2.1 Steg 1: Bedömning av varumärket så som det registrerats 8

4.2.2 Steg 2: Bedömning av skillnader hos varumärket så som det används och förändringarnas inverkan 9

4.3 Tillägg 9

4.3.1 Tillägg av särskiljande element 9

4.3.2 Tillägg av icke särskiljande element och/eller element med låg särskiljningsförmåga 10

4.4 Utelämnanden 13

4.4.1 Utelämnande av särskiljande element 13

4.4.2 Utelämnande av icke särskiljande element eller element med låg särskiljningsförmåga 15

4.5 Ändring av egenskaper (t.ex. typsnitt, storlek, färger, placering) 18

4.5.1 Ordmärken 18

4.5.2 Rena figurmärken 20

4.5.3 Sammansatta märken 22

4.6 Kombination av ändringar 26

1 Inledning

1.1 Syftet med detta dokument

Detta dokument för gemensam praxis avser att fastställa allmänna principer för bedömning av när användning av ett varumärke i en form som skiljer sig från den registrerade formen ändrar dess särskiljningsförmåga och att ge vägledning om detta. Det fungerar som ett referensdokument för EUIPO, Beneluxbyrån för immateriell äganderätt och medlemsstaternas byråer för immateriella rättigheter (nedan tillsammans kallade medlemsstaternas immaterialrättsmyndigheter), användarorganisationer, parter och företrädare i frågor kring den gemensamma praxisen CP8.

Dokumentet kommer att ges stor spridning och vara lättillgängligt. Det är tänkt att ge en utförlig förklaring över den nya gemensamma praxisens underliggande principer. Dessa principer är avsedda för allmän tillämpning och syftar till att omfatta merparten av olika fall. Även om förändringar i särskiljningsförmågan alltid ska bedömas från fall till fall fungerar dessa principer som vägledning för att underlätta för immaterialrättsmyndigheter i olika medlemsstater att uppnå ett liknande och förutsägbart resultat vid bedömning av användning av varumärken i andra former än den registrerade formen.

Vidare ska exemplen i detta dokument illustrera principerna för den gemensamma praxisen. Dessa exempel bör betraktas tillsammans med deras motiveringar och på grundval av de förutsättningar som de utgår från.

1.2 Bakgrund

Europeiskt samarbete

I december 2015 antog Europaparlamentet och rådet reformpaketet för EU-varumärken. Paketet inkluderade två olika rättsinstrument, nämligen förordning (EU) nr 2017/1001 (EU-varumärkesförordningen) och direktiv (EU) nr 2015/2436 (EU-varumärkesdirektivet) som syftar till att ytterligare tillnärma medlemsstaternas lagstiftning om varumärken. Förutom att texterna innehöll nya bestämmelser om innehållsliga och förfarandemässiga frågor innebar de att det inrättades en starkare rättslig grund för samarbetet. Enligt villkoren i artikel 151 i EU-varumärkesförordningen är samarbetet med medlemsstaternas immaterialrättsmyndigheter för att främja samsyn vad gäller praxis och verktyg på områdena för varumärken och formgivning en central uppgift för EUIPO. I artikel 152 i förordningen anges uttryckligen att detta samarbete bör innefatta utveckling av gemensamma standarder för prövning och fastställande av gemensam praxis.

Medlemsstaternas immaterialrättsmyndigheter och användarorganisationer har emellertid haft ett aktivt samarbete sedan etableringen av Europeiska nätverket för varumärken och mönster (EUTMDN) 2011 vilket redan hade gett konkreta resultat med avseende på ökad transparens och effektivitet. De har inom ramen för konvergens samarbetat för att ta itu med stora frågeställningar i samband med praxis för varumärken och formgivning. Det har först och främst handlat om att harmonisera standarderna för prövning vid klassificering av varumärken, men har sedan även kommit att omfatta områdena absoluta hinder, relativa hinder och mönster. Dessa gemensamma ansträngningar har lett till upprättandet av två harmoniserade klassificeringsdatabaser – den harmoniserade databasen för varor och tjänster för varumärken

och den harmoniserade databasen för produktuppgifter för design – samt fem dokument om gemensam praxis:

- Gemensam praxis om de allmänna beteckningarna i Niceklassificeringens klassrubriker.
- Gemensam praxis om särskiljningsförmågan hos figurmärken som innehåller beskrivande/icke särskiljande ord.
- Gemensam praxis om skyddsomfånget för svartvita märken.
- Gemensam praxis om inverkan av icke särskiljande/svaga beståndsdelar vid prövning av risken för förväxling.
- Gemensam praxis för harmonisering av grafiska återgivningar av design/mönster.

Reformpaketet för varumärken med sina specifika bestämmelser för kodifiering av samarbete och samsyn vad gäller praxis i EU-lagstiftningen har stärkt dessa harmoniseringsinitiativ och man har fått ett tydligt mandat att vidta ytterligare åtgärder.

På grundval av denna rättsliga ram godkände EUIPO:s styrelse i juni 2016 inledandet av de europeiska samarbetsprojekten. Genom att återspegla de olika verksamheter som föreskrivs i EU-varumärkesförordningen utformades projekten till att bygga vidare på tidigare framgångar och samtidigt förbättra processerna och utvidga samarbetets räckvidd.

På konvergensområdet ingick ett projekt som var särskilt inriktat på att identifiera och analysera möjliga nya harmoniseringsinitiativ. Inom ramen för projektet analyserades praxis för varumärken och design bland medlemsstaternas immaterialrättsmyndigheter för att upptäcka områden där det förekom skillnader och för att, genom en utvärdering av den troliga inverkan, utförbarheten vad gäller det möjliga tillämpningsområdet, de befintliga rättsliga hindren, intressenivån bland användarna och den praktiska genomförbarheten för immaterialrättsmyndigheterna, fastställa på vilka områden en gemensam praxis skulle göra mest nytta för aktörerna. Analysen genomfördes i omgångar och varje omgång utmynnade i en rekommendation om inledande av ett nytt konvergensprojekt.

Den gemensamma praxis som beskrivs i detta dokument avser det första konvergensprojekt som inletts av styrelsen och det åttonde sammanlagt. ”CP8: *Användning av ett varumärke i en form som skiljer sig från den registrerade formen*” var det ena av de två projekt som rekommenderades för lansering som ett resultat av konvergensanalysens startcykel som hade fokuserat på den rättsliga reformen och inverkan av de nya bestämmelser som infördes av EU-varumärkesdirektivet.

CP8: Användning av ett varumärke i en form som skiljer sig från den registrerade formen

Konvergensanalysen av detta tema avslöjade betydande skillnader mellan medlemsstaternas immaterialrättsmyndigheters praxis avseende bedömning av verkligt bruk om ett varumärke används i en form som skiljer sig från den registrerade formen.

Det tidigare varumärkesdirektivet 2008/95/EG föreskrev varken någon skyldighet för medlemsstaternas immaterialrättsmyndigheter att tillhandahålla något invändnings- eller annulleringsförfarande eller att möjliggöra för åberopande av bristande användning som försvar vid sådana förfaranden. Före ikraftträdandet av EU-varumärkesdirektivet var det bara

15 immaterialrättsmyndigheter i medlemsstaterna som bedömde verkligt bruk, oftast i samband med förfaranden för upphävande eller ogiltigförklaring.

Vidare fattade de immaterialrättsmyndigheter i medlemsstater som genomförde sådana bedömningar olikartade beslut om hur mycket varumärkesinnehavaren kunde förändra ett varumärke utan att ändra särskiljningsförmågan.

Sådan olikartad praxis ledde till osäkerhet bland användare som ville skydda sina rättigheter i olika jurisdiktioner och ledde till ökade kostnader eftersom de försökte anpassa sina strategier till varierande och ofta motstridig granskningspraxis. Avsaknaden av enhetlig praxis i området ledde även till att EU:s immaterialrättssystem tappade kontakten med den faktiska marknadssituationen där varumärkesinnehavare ständigt anpassar sina varumärken till nya marknadstrender.

Antagandet av det nya EU-varumärkesdirektivet hade betydande inverkan på praxis på detta område. Genom artikel 43 i EU-varumärkesdirektivet infördes skyldigheten för alla medlemsstater att tillhandahålla administrativa invändningsförfaranden hos sina myndigheter till den 14 januari 2019 och artikel 44 i samma direktiv gjorde det obligatoriskt att möjliggöra för åberopande av bristande användning som försvar vid invändningsförfaranden. Genom artikel 45 i EU-varumärkesdirektivet infördes skyldigheten för alla medlemsstater att tillhandahålla administrativa förfaranden hos myndigheter för upphävande på grund av avsaknad av verkligt bruk och för ogiltigförklaring till den 14 januari 2023 och artikel 46 i samma direktiv gjorde det obligatoriskt att möjliggöra för åberopande av bristande användning som försvar vid ogiltighetsförfaranden. Medan dessa nya bestämmelser väsentligt bidrog till ökad rättssäkerhet genom att införa enhetligare förfaranden medförde deras kommande ikraftträdande att nästan hälften av medlemsstaternas immaterialrättsmyndigheter vid tidpunkten för konvergensanalysen stod inför införandet av nya förfaranden och/eller nya bedömningar i sin granskningspraxis.

Dessutom kan de skillnader i praxis som tidigare har upptäckts bland medlemsstaternas immaterialrättsmyndigheter som bedömer verkligt bruk fortfarande förekomma. Både artikel 16.5 a i EU-varumärkesdirektivet och artikel 18.1 a i EU-varumärkesförordningen föreskriver att ”användning av varumärket i en form som skiljer sig i detaljer vilka inte förändrar märkets särskiljningsförmåga så som det registrerats också utgör användning.” Formuleringen av dessa artiklar som överensstämmer med formuleringen i det tidigare direktivet lämnar ”en form som skiljer sig i detaljer vilka inte förändrar märkets särskiljningsförmåga” öppen för tolkning. Eftersom den kan tolkas – och har tolkats – på olika sätt beroende på märkets typ (ordmärke, figurmärke, sammansatt märke) och/eller ändringarnas karaktär (tillägg, utelämnande, ändring av färg, placering osv.) förblev bedömningen i hög grad utsatt för subjektivt beslutsfattande.

Med hänsyn till det ovan angivna fastställde konvergensanalysen att införlivandet av de ovannämnda bestämmelserna i nationella lagstiftningar och den påföljande ökningen av tillämpningen av bestämmelserna om verkligt bruk gjorde detta område till en konvergensprioritet. Analysen identifierade behovet av att harmonisera praxisen hos de immaterialrättsmyndigheter i medlemsstater som redan bedömde bevisen på användning och att skapa en enhetlig praxis för de immaterialrättsmyndigheter i medlemsstater som påbörjar bedömning av verkligt bruk.

I detta sammanhang lanserades CP8-projektet i oktober 2017 med syfte att etablera en uppsättning av gemensamma kriterier och principer för bedömning av när ändringar i varumärket så som det används leder till en förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats och när de inte gör det.

1.3 Praxisens tillämpningsområde

Denna gemensamma praxis tillhandahåller en uppsättning av principer och exempel på användning av ett varumärke i en form som avviker från den registrerade formen genom att ta hänsyn till inverkan av tillägg, utelämnande och ändring av egenskaper på särskiljningsförmågan hos registrerade ordmärken, rena figurmärken och sammansatta märken (kombinationer av ordelement och figurelement).

Följande omfattas inte av den gemensamma praxisen:

- Andra typer av märken utom ordmärken, rena figurmärken och sammansatta märken, i synnerhet utstyrslar, positionsmärken, mönstermärken, färgmärken och andra icke-traditionella märken.
- Beskrivningar, färgkrav och disclaimrar. Även om de kan ha en inverkan på bedömningen beaktas de inte i denna gemensamma praxis eftersom varumärken bedöms på grundval av återgivningar som visas i de angivna exemplen.
- Förstärkt särskiljningsförmåga genom användning (renommé, huruvida märket är välkänt) och dess inverkan på bedömningen.
- Definition av verkligt bruk och en metodik för medlemsstaters immaterialrättsmyndigheter för dess granskning.
- Definition av faktorer som bör beaktas vid bedömning av verkligt bruk (dvs. plats, tid och omfattning av användningen).
- Bevis som ska registreras för att intyga verkligt bruk av ett varumärke (t.ex. kataloger, fakturor, prislistor eller undersökningar). Motiveringarna i alla exempel grundar sig på förutsättningen att återgivningen av varumärket som det används i dessa exempel är det enda användningsmedel/användningssätt som anges i stödbevisen ([1]).
- Förfarandemässiga aspekter vid invändning, upphävande och/eller ogiltigförklaring.
- Beskrivning över rättsliga begränsningar som hindrar införande hos vissa immaterialrättsmyndigheter i medlemsstater.
- Språkproblem (samtliga exempel är på engelska och det förutsätts att omsättningskretsen förstår dem).

2 Rättspraxis från Europeiska unionens domstol

Enligt artikel 16.5 a i EU-varumärkesdirektivet utgör användning av ett varumärke i en form som skiljer sig i detaljer vilka inte förändrar märkets särskiljningsförmåga så som det registrerats också verkligt bruk, oavsett huruvida varumärket i den form som används också är registrerad i innehavarens namn.

([1]) Bedömningen av huruvida varumärket så som det används är en godtagbar variation av dess registrerade form måste utgå från de bevis som parterna har lämnat in i det aktuella fallet.

Som Europeiska unionens domstol (nedan kallad domstolen) har bekräftat är syftet med denna bestämmelse att undvika tillämpning av ett krav på exakt överensstämmelse mellan den form som märket används i och den form som det registrerades i, vilket medför att innehavaren för ett varumärke vid kommersiell användning av varumärket kan göra variationer i varumärket som möjliggör för bättre anpassning av varumärket till marknadsförings- och reklamkraven av varorna eller tjänsterna utan att ändra varumärkets särskiljningsförmåga (23/02/2006, T-194/03, Bainbridge, EU:T:2006:65, § 50; 18/07/2013, C-252/12, Specsavers, EU:C:2013:497, § 29). Därför behöver man inte fastställa att varumärket så som det används är i exakt överensstämmelse med varumärket så som det registrerats och en viss flexibilitet tillåts så länge variationerna av varumärket så som det registrerats inte ändrar dess särskiljningsförmåga. Detta bör bedömas från fall till fall.

Domstolen har även fastställt att skyldigheten att använda ett registrerat varumärke kan uppfyllas genom bevis på användning av varumärket som utgör den form som den används i handelssammanhang om varumärket så som det används endast skiljer sig i obetydliga aspekter från den form som den registrerades i, så att de två tecknen kan anses som i stort sett likvärdiga (10/12/2015, T-690/14, Vieta, EU:T:2015:950, § 31; 12/03/2014, T-381/12, Palma Mulata, EU:T:2014:119, § 26; 10/06/2010, T-482/08, Atlas Transport, EU:T:2010:229, § 30).

Domstolen har vidare konstaterat att fastställande av att särskiljningsförmågan hos märket så som det registrerats har ändrats kräver en bedömning av de särskiljande och dominerande egenskaperna hos de tillagda elementen som utförs på grundval av de inneboende egenskaperna hos varje element samt av den relativa placeringen av de olika elementen inom märket (se, för ett liknande resonemang, dom av 15/07/2015, T-215/13, LAMBDA (λ), EU:T:2015:518, § 28; 24/11/2005, T-135/04, Online Bus, EU:T:2005:419, § 36, 40; 10/06/2010, T-482/08, Atlas Transport, EU:T:2010:229, § 31).

Domstolen har hävdat att man bör beakta de inneboende egenskaperna och i synnerhet den högre eller lägre grad av särskiljningsförmåga hos det tidigare (registrerade) märket som endast används som en del av ett sammansatt varumärke eller tillsammans med ett annat märke. Ju svagare särskiljningsförmågan är desto lättare ändras det genom tillägg av en komponent som i sig är särskiljande och desto mer förlorar märket sin förmåga att bli uppfattat som en beteckning för ursprunget för varorna och tjänsterna inom varumärket så som det används. Det motsatta gäller också (13/09/2016, T-146/15, DARSTELLUNG EINES VIELECKS (fig.), EU:T:2016:469, § 29).

Vidare har domstolen bekräftat att villkoret om verkligt bruk av ett registrerat varumärke kan anses som uppfyllt om ett registrerat varumärke används i samband med eller som en del av ett annat märke, så länge skillnaderna till följd av den form som märket används i inte ändrar särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats (se, för ett liknande resonemang, dom av 18/07/2013, C-252/12, Specsavers, EU:C:2013:497, § 31; 18/04/2013, C-12/12, Colloseum Holding, EU:C:2013:253, § 36).

Slutligen har domstolen hänvisat till situationer där flera självständiga varumärken används samtidigt och där varumärket så som det registrerats följaktligen uppfattas som självständigt inom denna kombination. I så fall är det inte fråga om att varumärket så som det registrerats används i en annan form än den som den registrerades i utan om att flera olika varumärken används samtidigt (se, för ett liknande resonemang, dom av 08/12/2005, T-29/04, Cristal Castellblanch, EU:T:2005:438, § 33, 34; 06/11/2014, T-463/12, MB, EU:T:2014:935, § 43;).

3 Användning av flera kännetecken samtidigt

Mot bakgrund av den ovannämnda rättspraxisen vad gäller kännetecken som används samtidigt och innan principerna för den gemensamma praxisen diskuteras bör man ta hänsyn till följande.

I handelssammanhang används varumärken ofta tillsammans med andra kännetecken (t.ex. för att visa ett undervarumärke och/eller ett s.k. ”house mark” eller tillsammans med ett företagsnamn). Sådan användning omfattas inte av begreppet ”ändring av särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats”. Om flera kännetecken används tillsammans medan de förblir oberoende av varandra och fyller sin särskiljande funktion som separata kännetecken kommer frågan huruvida särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats har ändrats inte ens upp.

Huruvida tecknen uppfattas som självständiga eller som delar av ett och samma varumärkebör fastställas genom en helhetsbedömning med beaktande av olika faktorer såsom följande:

- egenskaperna hos själva kännetecknen (dominerande och särskiljande element; deras respektive placering; deras användning i en annan storlek, ett annat typsnitt eller en annan färg; förekomst eller avsaknad av syntaktiska eller grammatiska förbindelser osv.);

- det sätt hur kännetecknen anges i bevisen på användning och i användningskontexten (aktuella branscher, tecknens karaktär, dvs. företagsnamn, s.k. ”house marks”, beteckningar av produktserier, undervarumärken osv.);

- specifika bevis som kan intyga att konsumenter uppfattar kännetecknen som självständiga.

Exempel:

Samtidig användning av flera olika varumärken			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
		Klass 33: Vin	Varumärket så som det registrerats används tillsammans med ett annat särskiljande varumärke som anger namnet på vingården – Bubblekat Winery. I vinbranschen är det vanligt att produktnamnet och vingårdens namn används tillsammans på etiketten. Varumärket så som det registrerats uppfattas som självständigt i varumärket så som det används.
GERIVAN	GERIVAN by BUBBLEKAT Ltd.	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Varumärket så som det registrerats, GERIVAN, används tillsammans med företagsnamnet BUBBLEKAT

			Ltd. Varumärket så som det registrerats uppfattas som självständigt i varumärket så som det används.
MAPALVAM		Klass 5: Farmaceutiska produkter	Varumärket så som det registrerats, MAPALVAM, används tillsammans med ett annat särskiljande varumärke, dvs. med ett s.k. ”house mark”. I läkemedelsbranschen är det vanligt att produktnamnet anges tillsammans med ”house mark”. Varumärket så som det registrerats uppfattas som självständigt i varumärket så som det används.

4 Principer för gemensam praxis

Detta kapitel ger en översikt över olika typer av eventuella förändringar i varumärket om det används i en annan form än den som registrerats, nämligen vid tillägg, utelämnande eller ändring av element eller vid en kombination av olika förändringar.

Vissa principer behöver tillämpas vid bedömning av dessa ändringar och vid bedömning huruvida de utgör en förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats. Dessa principer anges nedan tillsammans med viktiga begrepp och bedömningssteg.

4.1 Viktiga begrepp

Harmoniserad och konsekvent tillämpning av principerna för den gemensamma praxisen förutsätter en gemensam uppfattning om vissa viktiga begrepp som är av betydelse för bedömning av huruvida variationer av varumärket så som det registrerats ändrar dess särskiljningsförmåga.

4.1.1 Särskiljningsförmåga

Enligt fast rättspraxis betyder särskiljningsförmågan hos ett varumärke att varumärket ska identifiera de varor och/eller tjänster för vilka varumärket har registrerats som härrörande från ett visst företag och således särskilja dessa från varor och/eller tjänster från andra företag ([2]).

Särskiljningsförmågan bör bedömas med hänvisning till relevanta varor eller tjänster och till konsumentens uppfattning av varumärket.

([2]) Se, för ett liknande resonemang, dom av 29/04/2004 i de förenade målen C-468/01 P till C-472/01 P, Tabs (3D), EU:C:2004:259, § 32.

Man måste skilja mellan i) analysen av särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats som helhet och ii) analysen av särskiljningsförmågan hos de olika elementen i varumärket.

4.1.2 Visuellt dominerande ställning

I detta dokument avser visuellt dominerande ställning den visuella effekten hos elementen av ett varumärken,dvs. om ett element är visuellt framträdande jämfört med de övriga elementen av varumärket. Detta avgörs främst av elementets placering, dess storlek och/eller användning av färger (i den mån som de påverkar elementets visuella effekt). I denna kontext omfattar bedömning av visuellt framträdande ställning inte ordmärken.

Om det är sannolikt att konsumenten kommer att bortse från element på grund av deras storlek och/eller placering har de ingen betydelse i bedömningen.

4.1.3 Interaktioner

Interaktionerna mellan elementen i varumärket kan vara av betydelse vid bedömning av huruvida varumärket så som det registrerats behåller sin särskiljningsförmåga vid användning ([3]).

Olika element i varumärket interagerar om de placeras, kombineras eller kopplas samman så att de ger ett intryck av en enda enhet. Ett sådant intryck kan även bero på en begreppsmässig interaktion om en begreppsmässig enhet (ett nytt begrepp) skapas.

4.2 Bedömningssteg

Vid bedömning av huruvida varumärket så som det används utgör en godtagbar variation av dess form så som den registrerats bör följande etapper utföras:

Steg 1: Bedömning av varumärket så som det registrerats genom att beakta dess särskiljande och visuellt dominerande element.

Steg 2: Bedömning av skillnaderna i varumärket så som det används och av förändringarnas inverkan.

4.2.1 Steg 1: Bedömning av varumärket så som det registrerats

Det första steget ska fastställa vilka element som bidrar till särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

När ett varumärke består av ett enda element är det själva varumärket som bär sin särskiljningsförmåga. När ett varumärke består av flera olika element kräver bedömningen en

([3]) Se, för ett liknande resonemang, dom av den 15 juli 2015, T-215/13, LAMBDA (λ), EU:T:2015:518, § 29.

analys av elementens särskiljande och visuellt dominerande karaktär på grundval av de inneboende egenskaperna hos varje element och deras position inom varumärket samt deras interaktioner ([4]).

4.2.2 Steg 2: Bedömning av skillnader hos varumärket så som det används och förändringarnas inverkan

Efter att de element som bidrar till särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats har identifierats och nivån av deras särskiljningsförmåga fastställts bör man fastställa huruvida de finns och/eller har ändrats i varumärket så som det används genom en direkt jämförelse (dvs. sida vid sida) mellan de två tecknen.

Här bör man bedöma de tillagda, utelämnade eller ändrade elementen på grundval av de inneboende egenskaperna hos och den placering av de olika elementen inom varumärket ([5]), samt deras interaktioner. Även helhetsintrycket av varumärkena bör tas i beaktande.

Vad gäller förändringarnas inverkan så bör man ta hänsyn till den högre eller lägre nivån av särskiljningsförmåga hos varumärket så som det registrerats. I allmänhet påverkas varumärken med genomsnittlig särskiljningsförmåga mindre av förändringar. Varumärken med låg särskiljningsförmåga (oftast varumärken som främst eller uteslutande består av element med låg särskiljningsförmåga) är däremot som regel mer benägna till förändringar i deras särskiljningsförmåga ([6]).

4.3 Tillägg

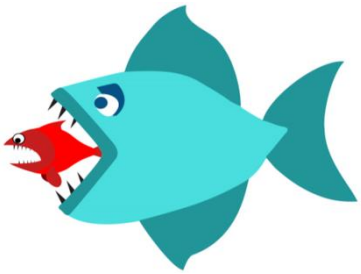
Tillägg i den mening som avses i detta dokument föreligger om ett element läggs till i varumärket så som det används och om det inte anses som samtidig användning av flera olika varumärken. Tilläggets inverkan på särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats ska bedömas.

4.3.1 Tillägg av särskiljande element

Tillägg av ett särskiljande element som interagerar med varumärket så som det registrerats så att det inte längre kan uppfattas som självständigt ändrar i princip dess särskiljningsförmåga. Detta gäller såväl vid genomsnittlig och vid låg särskiljningsförmåga hos varumärket så som det registrerats.

([4]) Se, för ett liknande resonemang, dom av 24/11/2005, T-135/04, Online Bus, EU:T:2005:419, § 36.
([5]) Se, för ett liknande resonemang, dom av 15/07/2015, T-215/13, LAMBDA (λ), EU:T:2015:518, § 28; 21/11/2005, T-135/04, Online Bus, EU:T:2005:419 § 36.
([6]) Se, för ett liknande resonemang, dom av 13/09/2016, T-146/15, DARSTELLUNG EINES VIELECKS (fig.), EU:T:2016:469, § 29.

Exempel:

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Varumärket så som det registrerats används med ett särskiljande figurelement (en blå fisk) på så sätt att en enda enhet och ett nytt begrepp skapas i varumärket så som det används (den stora fisken som äter den lilla fisken). En sådan förändring ändrar särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
ICE	BREAKING THE ICE	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Varumärket så som det registrerats används i kombination med andra särskiljande ordelement. Dessa element interagerar på så sätt att ett nytt begrepp skapas. Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats ändras följaktligen.

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
GERIVAN	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Förutsatt att det inte rör sig om samtidig användning av flera olika varumärken (se kapitel 3) så interagerar det tillagda figurelementet inte med varumärket så som det registrerats och uppfattas som självständigt inom varumärket så som det används. Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats ändras följaktligen inte.

4.3.2 Tillägg av icke särskiljande element och/eller element med låg särskiljningsförmåga

I allmänhet gäller att om varumärket så som det registrerats har genomsnittlig särskiljningsförmåga kommer tillägg av icke särskiljande element eller element med låg

särskiljningsförmåga inte att ändra dess särskiljningsförmåga ([7]), oavsett huruvida dessa element är visuellt dominerande eller inte.

Exempel:

Ingen ändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
GERIVAN	**SUPER GERIVAN** SUPER**GERIVAN**	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	GERIVAN används tillsammans med det icke särskiljande ordelementet SUPER som bara preciserar GERIVAN. Det tillagda icke särskiljande elementet ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN	GERIVAN VISION	Klass 5: Medicinska ögondroppar	GERIVAN används tillsammans med det beskrivande ordet VISION. Det tillagda icke särskiljande elementet ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN	**GERIVAN**	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	GERIVAN används tillsammans med en icke särskiljande bakgrund med geometrisk form. Det tillagda icke särskiljande elementet ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN	WWW.GERIVAN.COM	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	GERIVAN används tillsammans med ett icke särskiljande domännamn. De tillagda icke särskiljande elementen ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats ([8]).
BUBBLEKAT	BUBBLEKAT PARIS	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	BUBBLEKAT används tillsammans med den icke särskiljande geografiska termen PARIS. Det tillagda icke särskiljande elementet ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

([7]) Se, för ett liknande resonemang, dom av 13/09/2016, T-146/15, DARSTELLUNG EINES VIELECKS (fig.), EU:T:2016:469, § 31.
([8]) Förutsatt att bevisen på användning visar användning av domännamnet som en beteckning på det kommersiella ursprunget av varorna och tjänsterna.

GERIVAN		Klass 25: Fotbeklädnader	GERIVAN används tillsammans med ett icke särskiljande figurelement som återger skor; trots att detta element är visuellt dominerande ändrar det inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN		Klass 33: Vin	GERIVAN används på en vinetikett som har låg särskiljningsförmåga och är ganska vanlig. Ett sådant tillägg ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN		Klass 3: Preparat som används vid tvätt	GERIVAN används tillsammans med det icke särskiljande ordelementet BIO; trots att detta element är visuellt dominerande ändrar det inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Tillägg av EVERYDAY CLOTHING CONCEPT, element med låg särskiljningsförmåga, ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats trots att de är visuellt dominerande.

Om varumärket så som det registrerats har låg särskiljningsförmåga är sannolikheten för en förändring i dess särskiljningsförmåga större, även om tillägget avser ett element med låg särskiljningsförmåga.

Exempel:

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
FLAVOUR AND AROMA	BAA-naa-NAA FLAVOUR AND AROMA	Klass 31: Frukter	Varumärket så som det registrerats har låg särskiljningsförmåga. Det tillagda elementet BAA-naa-NAA som också har låg särskiljningsförmåga har placerats i början och interagerar med varumärket så som det registrerats genom att skapa ett nytt begrepp. Sådana förändringar ändrar särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

4.4 Utelämnanden

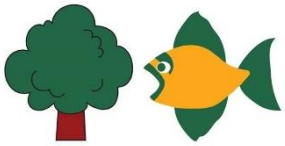
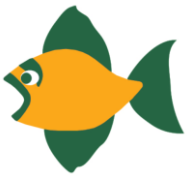
Som en utgångspunkt anses varumärket så som det registrerats som en enda enhet. Ett utelämnande föreligger om ett befintligt element i varumärket så som det registrerats saknas i varumärket så som det används. Utelämnandets inverkan på särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats ska bedömas.

4.4.1 Utelämnande av särskiljande element

Samtliga särskiljande element i varumärket så som det registrerats bidrar till dess särskiljningsförmåga. Följaktligen är det sannolikt att utelämnandet av något av dessa element i varumärket så som det används kommer att ändra särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Exempel:

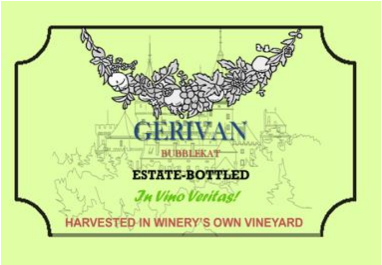
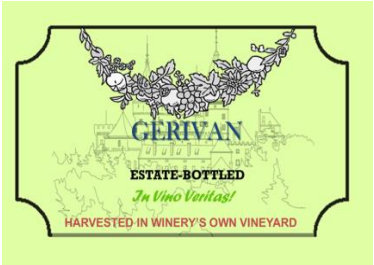
Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
GERIVAN BUBBLEKAT	BUBBLEKAT	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Varumärket så som det registrerats består av två olika särskiljande ordelement, GERIVAN och BUBBLEKAT. Båda bidrar i lika hög grad till särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats. Utelämnandet av ett av dessa element leder följaktligen till en förändring i särskiljningsförmågan hos

			varumärket så som det registrerats.
Bubblekat	**Bubblekat**	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Varumärket så som det registrerats består av två olika särskiljande element, Bubblekat och avbildning av en stiliserad fisk. Båda bidrar i lika hög grad till särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats. Utelämnandet av ett av dessa element leder till en förändring i särskiljningsförmågan.
Bubblekat		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Varumärket så som det registrerats består av två olika särskiljande element, avbildningen av en stiliserad fisk och ordelementet Bubblekat. Båda bidrar i lika hög grad till särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats. Utelämnandet av ett av dessa element leder till en förändring i särskiljningsförmågan.
		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Varumärket så som det registrerats består av två olika särskiljande element, avbildningen av ett stiliserat träd och en fisk. Båda bidrar i lika hög grad till särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats. Utelämnandet av ett av dessa element leder till en förändring i särskiljningsförmågan.

Om konsumenten bortser från dessa element i varumärket så som det registrerats på grund av deras små mått och/eller deras placering ändrar deras utelämnande i varumärket så som det används inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Exempel:

Ingen förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
GERIVAN *Bubblekat*	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats förändras inte eftersom konsumenten bortser från det utelämnade elementet på grund av dess mindre storlek och dess placering.

		Klass 33: Vin	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats förändras inte eftersom konsumenten bortser från det utelämnade elementet på grund av dess mindre storlek- och dess placering.

4.4.2 Utelämnande av icke särskiljande element eller element med låg särskiljningsförmåga

Om varumärket så som det registrerats har genomsnittlig särskiljningsförmåga ändrar utelämnandet av ett icke särskiljande element i varumärket så som det används sannolikt inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats. Detta kan även vanligen vara fallet om det utelämnade elementet har låg särskiljningsförmåga.
Exempel:

Ingen förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
BIO **GERIVAN**	**GERIVAN**	Klass 3: Preparat som används vid tvätt	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från det särskiljande ordelementet GERIVAN. Utelämnandet av det icke särskiljande elementet BIO ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats, även om detta element är visuellt dominerande.
SUPER GERIVAN	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från det särskiljande ordelementet GERIVAN. SUPER är icke särskiljande, så dess utelämnande ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN	**GERIVAN**	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från det särskiljande ordelementet GERIVAN. Utelämnandet av den icke särskiljande bakgrunden med geometrisk form ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
The Fence	**Fence**	Klass 9: Mobiltelefoner	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det

			registrerats härrör huvudsakligen från det särskiljande ordet ”Fence”. Utelämnandet av artikeln (*the*) ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN	**GERIVAN**	Klass: 30 Kaffe	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från det särskiljande ordelementet GERIVAN. Utelämnandet av det icke särskiljande figurelementet som avbildar en kaffeböna ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats, även om detta element är visuellt dominerande.

Det kan emellertid inte uteslutas att utelämnandet av ett element med låg särskiljningsförmåga kan leda till ett annat resultat, särskilt om det utelämnade elementet är visuellt dominerande eller interagerar med andra element.

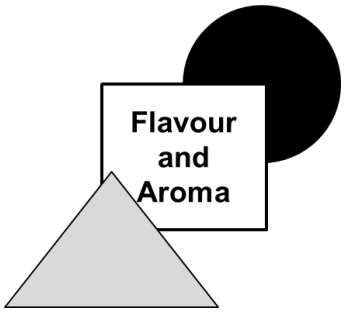
Exempel:

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
	Bubblekat	Klass 9: Kreditkort	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från det särskiljande ordelementet BUBBLEKAT och de övriga elementen i varumärket. Dessa andra element interagerar och är visuellt dominerande på grund av deras storlek och framträdande placering, även om de har låg särskiljningsförmåga. Utelämnandet av dessa dominerande element ändrar särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN AROMA	GERIVAN	Klass 30: Kaffe	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från kombinationen av det särskiljande ordet GERIVAN och elementet AROMA som anges i ett stiliserat typsnitt vilket ger ordelementet en viss särskiljningsförmåga. Det sistnämnda elementet anges dessutom i en storlek

			som visuellt dominerar varumärket så som det registrerats, även om detta element har låg särskiljningsförmåga. Utelämnandet av ett sådant dominerande element ändrar särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Om varumärket så som det registrerats endast består av element med låg särskiljningsförmåga och/eller icke särskiljande element vars kombination gör att varumärket som en helhet kan registreras, kommer utelämnandet av ett eller flera av elementen i allmänhet att ändra särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Exempel:

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
	BIO	Klass 31: Kattmat	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från kombinationen av icke särskiljande element och element med låg särskiljningsförmåga, nämligen Bio och stiliseringen av bokstaven O så att det liknar en katt. Kombinationen av dessa element gör att varumärket som en helhet kan registreras. Utelämnandet av ett av dessa element ändrar följaktligen särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
	Flavour and Aroma	Klass 30: Kaffe	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från kombinationen av enkla geometriska former och beskrivande ord. Kombinationen av sådana element gör att varumärket som helhet kan registreras. Utelämnandet av något av dessa element ändrar därför särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

4.5 Ändring av egenskaper (t.ex. typsnitt, storlek, färger, placering)

4.5.1 Ordmärken

Specifika återgivningar av ordmärket såsom dess återgivning i ett visst typsnitt eller i en viss stilisering eller storlek, i vissa färger eller med en viss placering ändrar i princip inte särskiljningsförmågan hos ordmärket så som det registrerats, så länge ordet kan identifieras som sådant i den form som används.

Exempel:

Ingen förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
GERIVAN	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Varumärket så som det registrerats används i färg och förblir identifierbar som sådant i den form som används. Sådan användning ändrar följaktligen inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN	GERIVAN		
GERIVAN	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Varumärket så som det registrerats används i ett visst typsnitt som inte är framträdande och kan fortfarande identifieras som sådant i den form som används. Användning av varumärket i detta typsnitt ändrar följaktligen inte dess särskiljningsförmåga.
GERIVAN BUBBLEKAT	GERIVAN BUBBLEKAT	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	De särskiljande ordelementen kan fortfarande identifieras som sådana i den form som används, trots förändringen i deras placering. En sådan förändring ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN BUBBLEKAT	BUBBLEKAT GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	De särskiljande ordelementen skapar inte något nytt begrepp, även om de används i omvänd ordningsföljd, och kan fortfarande identifieras i den form som används. En sådan förändring ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Förändringen i storleken av bokstäverna G och N leder inte till något nytt begrepp och varumärket så som det registrerats kan fortfarande identifieras som sådant i den

			form som används. En sådan användning ändrar följaktligen inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
BIO GERIVAN	BIO GERIVAN	Klass 3: Preparat som används vid tvätt	Varumärket så som det registrerats, BIO GERIVAN, består av två olika ordelement, Bio och Gerivan. Trots förändringar i placeringen, storleken och färgen av elementet BIO kan varumärket så som det registrerats fortfarande identifieras som sådant i den form som används. En sådan användning ändrar följaktligen inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Varumärket så som det registrerats kan identifieras som sådan i den form som används. Förändringen i typsnittet (användning i en något stiliserad form) och färgen ändrar inte dess särskiljningsförmåga.
GERIVAN BUBBLEKAT	GERIVAN BUBBLEKAT	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	De särskiljande ordelementen kan identifieras som sådana i den form som används. Förändringen i färgen, storleken och placeringen ändrar inte särskiljningsförmågan.
GERI	GERi	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Varumärket så som det registrerats kan identifieras som sådant i den form som används. Stiliseringen är inte framträdande och ändrar inte varumärkets särskiljningsförmåga.

Om ordmärket inte längre kan identifieras som sådant, till exempel om ordet används i en framträdande stilisering eller vid ändringar i egenskaper som ändrar betydelsen av ordelementet (t.ex. om den omvända ordningsföljden av ordelementen leder till en annan betydelse eller om en grafiskt framhävd del av ordelementet har egen betydelse) förändras särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Detta gäller även om varumärket så som det registrerats har låg särskiljningsförmåga.

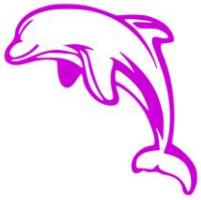
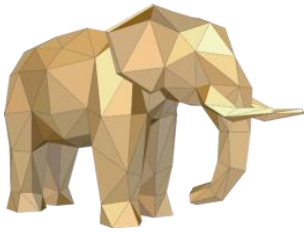
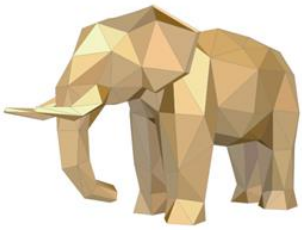
Exempel:

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
GERIVAN		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Varumärket så som det registrerats kan inte längre identifieras som sådant i den form som används eftersom det är oläsligt. Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats ändras följaktligen.
LOVE YOUNG	YOUNG LOVE	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	De båda ordelementen för varumärket så som det registrerats återfinns i varumärket så som det används men deras användning i omvänd ordningsföljd ändrar betydelsen av varumärket så som det registrerats. Särskiljningsförmågan ändras följaktligen.
BUBBLEKAS	BUBBLEMAS	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	När bokstaven K har ändrats till M kan varumärket så som det registrerats inte längre identifieras i den form som används. Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats ändras följaktligen.

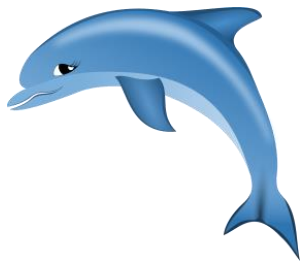
4.5.2 Rena figurmärken

Vid rena figurmärken härrör särskiljningsförmågan från figurelementen i en viss återgivning. En ändring i återgivningen ändrar därför sannolikt särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats, såvida inte ändringen avser egenskaper (t.ex. färg, form) som inte är några väsentliga bidragande faktorer till varumärkets särskiljningsförmåga.

Exempel:

Ingen förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
		Klass 9: Programvara	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från en viss återgivning av ett berg i brunt. Eftersom den bruna färgen inte väsentligt bidrar till särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats kommer dess ändring till grå färg inte att ändra särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör såväl från avbildningen av en delfin och från färgkombinationen av magenta och vitt. De omvända färgerna i exemplet som behåller samma kontrast ändrar inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från en viss återgivning av en elefant i ljusbrunt. Användning av elefanten i annan placering utgör inte någon viktig förändring och ändrar följaktligen inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
		Klass 31: Bananer	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör endast från en viss återgivning av en banan i rosa (fantasifärg). Användning av bananen i dess naturliga färg (gult) ändrar särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

		Klass 9: Programvara	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från den aktuella återgivningen av en delfin i naturliga färger. Ändring av dessa färger till sådana som påminner om svarta och vita zebrastreck är ovanlig för delfiner och utgör därför en viktig ändring. En sådan användning ändrar särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Även om begreppet av en elefant i varumärket så som det registrerats finns kvar i varumärket så som det används är ändringarna i återgivningen, nämligen formen, placeringen och stiliseringen av elefanten, tillräckligt viktiga för att ändra särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Vid rena figurmärken med låg särskiljningsförmåga kan även mindre ändringar i märket leda till en förändring i dess särskiljningsförmåga.

4.5.3 Sammansatta märken

Vid sammansatta märken är det i princip både ordelementen och figurelementen som bidrar till varumärkets särskiljningsförmåga, åtminstone i viss mån. I allmänhet gäller att ju mer ett element bidrar till särskiljningsförmågan desto mer sannolikt kommer ändring av ett sådant element att ändra varumärkets särskiljningsförmåga.

Om särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör i huvudsak från dess ordelement kommer användning av dessa element i ett annat typsnitt, en annan färg eller en annan storlek normalt inte att ändra särskiljningsförmågan (se avsnitt 4.5.1 ovan) såvida inte skillnaderna är så väsentliga att de påverkar helhetsintrycket av varumärket så som det registrerats.

Exempel på fall där särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats i huvudsak härrör från dess ordelement:

Ingen förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
GERIVAN BUBBLEKAT	GERIVAN BUBBLEKAT	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör i huvudsak från de särskiljande ordelementen GERIVAN och BUBBLEKAT. Ändringen av färgen från ljusgrönt till blått och rött är inte tillräckligt väsentlig för att kunna påverkar helhetsintrycket av varumärket så som det registrerats.
GERIVAN	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör i huvudsak från det särskiljande ordelementet GERIVAN. Ändring av färgen på bakgrunden och ordelementet från svart till vitt och tvärtom medan samma kontrast behålls är inte tillräckligt väsentlig för att kunna påverka helhetsintrycket av varumärket så som det registrerats. En sådan förändring ändrar följaktligen inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör i huvudsak från dess ordelement GERIVAN. Ordelementet används i ett annat typsnitt som emellertid inte är så avvikande att det skulle påverka helhetsintrycket av varumärket så som det registrerats. En sådan förändring ändrar följaktligen inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
GERIVAN	GERIVAN	Klass 32: Mineralvatten	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör i huvudsak från dess ordelement GERIVAN medan återgivningen av ett berg kan ge en antydan om egenskaper hos varorna. Ändringarna i typsnittet, placeringen och storleken av det särskiljande ordelementet är inte tillräckligt väsentliga för att kunna påverka särskiljningsförmågan hos

			varumärket så som det registrerats.
GERIVAN	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör i huvudsak från dess ordelement GERIVAN. Ändringarna i den första och den sista bokstavens storlek och gröna färgnyans är inte tillräckligt väsentliga för att kunna påverkar helhetsintrycket av varumärket så som det registrerats. Sådana förändringar ändrar följaktligen inte särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
GERIVAN	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör i huvudsak från dess ordelement GERIVAN. Ändringen av typsnittet till ett typsnitt som gör ordelementet oläsligt utgör en väsentlig skillnad mellan varumärket så som det används och dess registrerade form.
GERIVAN	GERI VAN	Klass 32: Mineralvatten	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från dess ordelement GERIVAN medan återgivningen av ett berg kan ge en antydan om varornas egenskaper. Användning av ordelementet i två delar, GERI och VAN, leder till väsentliga skillnader som påverkar helhetsintrycket av varumärket så som det registrerats. Ändring av färgen på både figurelementet och ordelementet stärker slutsatsen ytterligare.

Vid sammansatta märken där särskiljningsförmågan i huvudsak härrör från märkets figurelement är det mer sannolikt att ändringar i återgivningen av dessa element ändrar särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats, såvida de inte avser egenskaper (t.ex. stilisering, layout eller färg) som inte väsentligt bidrar till särskiljningsförmågan hos varumärket (se avsnitt 4.5.2 ovan).

Exempel på fall där särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats i huvudsak härrör från dess figurelement:

Ingen förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
Best quality!	Best quality!	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör i huvudsak från dess figurelement som avbildar ett brunt berg medan ”Best quality!” (Bästa kvalitet!) uppfattas som beskrivande. Eftersom den bruna färgen inte väsentligt bidrar till särskiljningsförmågan kommer varken dess ändring till ljusbrunt eller ändring av dess placering att ändra särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
FLAVOUR AND AROMA	FLAVOUR AND AROMA	Klass 30: Kaffe	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från det särskilda typsnittet/den grafiska stiliseringen av ordelementen medan ordelementen i sig själv inte är särskiljande. Den enda särskiljande faktorn hos varumärket så som det registrerats går förlorad i den form som används. Användning av sådana ordelement i ett vanligt typsnitt ändrar följaktligen särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.
Best quality!		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör i huvudsak från återgivningen av ett brunt berg medan ”Best quality!” uppfattas som beskrivande. Ändringen av avbildningen av berget är så väsentlig att den ändrar särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Om särskiljningsförmågan hos varumärket härrör från både ordelementen och figurelementen (bl.a. från deras egenskaper såsom stilisering, layout eller färg) måste dessa element respekteras. Om sammansättningen av sådana element bidrar till särskiljningsförmågan kan ändringen av denna sammansättning ändra särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Exempel på fall där särskiljningsförmågan hos varumärket härrör från ordelementen och figurelementen:

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats			
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster	Motivering
	GERI	Klass 30: Kaffe	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från både ordelementet som uppfattas som GER och ett figurelement som avbildar geometriska former. I den form som används ersätts GER av GERI som anges i ett vanligt typsnitt medan figurelementet går helt förlorat. Sådana förändringar ändrar särskiljningsförmågan hos märket så som det registrerats.
	BUBBLEKAT	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader	Särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats härrör från både ordelementen BUBB och LEKAT samt deras särskilda stilisering. I den form som används ser ordelementen BUBB och LEKAT ut som ett ord och anges i ett vanligt typsnitt. Sådana ändringar ändrar särskiljningsförmågan hos märket så som det registrerats.

4.6 Kombination av ändringar

I praktiken kan olika slags ändringar kombineras i varumärket så som det används.

Fyra olika typer av kombinationer kan identifieras:

- En kombination av ändringar som avser utelämnande av vissa element i varumärket så som det registrerats och tillägg av andra element.
- En kombination av ändringar som avser ändring av vissa egenskaper hos varumärket så som det registrerats och tillägg av andra element.

- En kombination av ändringar som avser utelämnande av vissa element i varumärket så som det registrerats och ändring av vissa egenskaper hos de element som blir kvar.

- En kombination av ändringar som avser utelämnande av vissa element i varumärket så som det registrerats, ändring av vissa egenskaper hos de element som blir kvar och tillägg av andra element.

I allmänhet gäller att om ändringarna avser en kombination av tillägg, utelämnande eller ändring av egenskaper **tillämpas respektive principer i den gemensamma praxisen**. Förändringar som påverkar särskiljande element leder därför oftast till en förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats medan sådana förändringar som påverkar icke-särskiljande element eller element med låg särskiljningsförmåga mindre sannolikt ändrar särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats.

Vid en kombination av ändringar bör det bedömas huruvida någon av ändringarna i sig (t.ex. utelämnande av ett element) skulle leda till en förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats medan de övriga ändringarna saknar avgörande inverkan.

Om ingen sådan enskild ändring kan leda till förändringen i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats bör man bedöma inverkan av kombinationen av samtliga ändringar. Det kan hända att ackumulerade ändringar kan leda till en förändring i särskiljningsförmågan.

Exemplen nedan illustrerar fall där förändringar i icke särskiljande element eller element med låg särskiljningsförmåga inte ändrar särskiljningsförmågan.

Ingen förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats		
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster
GERIVAN	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader
GERIVAN	GERIVAN	Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader

		Klass 33: Vin
		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader
		Klass 9: Programvara

Exemplen nedan illustrerar fall där ändringar i ett särskiljande element eller i ett element med låg särskiljningsförmåga ändrar särskiljningsförmågan:

Förändring i särskiljningsförmågan hos varumärket så som det registrerats		
Varumärket så som det registrerats	Varumärket så som det används	Varor och tjänster
Varumärket så som det registrerats har en **genomsnittlig särskiljningsförmåga:**		
Huvudsaklig förändring: Tillägg av ett särskiljande element		
		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader

		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader
Huvudsaklig förändring: Ändring av ett särskiljande element		
		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader
		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader
Huvudsaklig förändring: Utelämnande av ett särskiljande element		
GVL GERI VAN LYR		Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader
Varumärket så som det registrerats har **låg särskiljningsförmåga**:		
Huvudsaklig förändring: Ändring av den viktigaste bidragande faktorn till särskiljningsförmågan (typsnitt/stilisering)		
FLAVOUR AND AROMA Superior quality		Klass 30: Kaffe

	BANANA	Klass 31: Bananer
	FRESH SARDINE	Klass 29: Sardiner
Huvudsaklig förändring: Utelämnande av element med låg särskiljningsförmåga och/eller av icke särskiljande element (vars kombination gör att varumärket som en helhet kan registreras)		
	PREMIUM	Klass 30: Bageriprodukter