

**Sag C-412/24**

**Anmodning om præjudiciel afgørelse**

**Dato for indlevering:**

10. juni 2024

**Forelæggende ret:**

Cour de cassation (Frankrig)

**Afgørelse af:**

5. juni 2024

**Appellanter:**

Fauré Le Page Maroquinier SAS

Fauré Le Page Paris SAS

**Indstævnt:**

Goyard ST-Honoré SAS

---

[Udelades]

Dom nr. 322 FS-D

Appel nr. D 22-11 499

[Udelades]

DOM AFSAGT AF COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE,  
FINANCIÈRE ET ÉCONOMIQUE (kassationsdomstol, afdelingen for  
kommercielle, finansielle og økonomiske sager) DEN 5. JUNI 2024

1) Selskabet Fauré Le Page Maroquinier, [udelades]

2) selskabet Fauré Le Page Paris, [udelades]

[Udelades]

har iværksat [nærværende] appel [udelades] til prøvelse af dom af 23. november 2021 afsagt af cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris, Frankrig) [udelades] i tvisten med selskabet Goyard ST-Honoré [udelades], kassationsindstævnt.

Appellanterne har til støtte for deres appel gjort to kassationsanbringender gældende.

[Udelades]

[Udelades] [retsforhandlingerne for den forelæggende ret]

[C]hambre commerciale, financière et économique de la Cour de cassation (kassationsdomstolens afdeling for kommercielle, finansielle og økonomiske sager, herefter »kassationsdomstolen«) [udelades] har afsagt nærværende dom.

### **Faktiske omstændigheder og retsforhandlinger**

- 1 Ifølge den appellerede dom [udelades], der blev afsagt ved hjemvisning efter kassationsappel [udelades] [af] 27.6.2018, berigtiget ved dom af 10.10.2018, appel nr. 16-27 856 [udelades], blev selskabet Maison Fauré Le Page, der siden 1716 havde drevet virksomhed i Paris med køb og salg af våben, ammunition og tilbehør af læder, opløst, og alle selskabets aktiver blev den 27. november 1992 overført til selskabets eneaktionær, selskabet Saillard.
- 2 Den 5. juni 1989 havde selskabet Saillard ansøgt om registrering af 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«. Den 29. oktober 2009 overdrog selskabet Saillard dette varemærke til selskabet Fauré Le Page Paris, som netop var blevet optaget i handels- og selskabsregistret den 14. oktober samme år.
- 3 Den 17. juni 2011 ansøgte selskabet Fauré Le Page Paris om registrering af de franske varemærker »Fauré Le Page Paris 1717« nr. 3839809 og 3839811 som betegnelse for bl.a. varerne »læder og læderimitationer, kufferter og rejsetasker, rejsetasker, håndtasker« i klasse 18.
- 4 Den 26. oktober 2012 stævnedes selskabet Goyard ST-Honoré, som fremstiller og forhandler rejseartikler og lædervarer, selskabet Fauré Le Page Paris såvel som selskabet Fauré Le Page Maroquinier i dettes egenskab af driftsselskab bag varemærkerne »Fauré Le Page Paris 1717« (herefter under ét »Fauré Le Page-selskaberne«) med påstand om, at disse varemærker på erklæres ugyldige grund af deres vildledende karakter.
- 5 Ved dom af 4. oktober 2016 forkastede cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris) denne påstand. Denne afgørelse blev omstødt og ophævet af kassationsdomstolen ved dom af 27. juni 2018. Ved hjemvisning efter

kassationsappel fastslog cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris) ved den appellerede dom af 23. november 2021, at varemærkerne »Fauré Le Page Paris 1717« nr. 3839809 og 3839811 var ugyldige på grund af deres vildledende karakter.

- 6 Ifølge denne dom henviste udtrykket »Paris 1717«, som var indeholdt i begge »Fauré Le Page Paris 1717«-varemærker, til tid og sted for grundlæggelsen af virksomheden og fik kundekredsen til at tro, at der var tale om en uafbrudt videreførelse af produktionen siden 1717, og at det tidligere Maison Fauré Le Page havde overført sin knowhow til selskabet Fauré Le Page Paris, hvilket i den relevante kundekreds' bevidsthed ville være en garanti for beskaffenheden af de varer, som bar disse varemærker. Ifølge dommen indstillede det tidligere Maison Fauré Le Page, der var grundlagt i 1716, sin virksomhed med køb og salg af våben, ammunition og tilbehør i 1992, hvorfor selskabet Fauré Le Page Paris, der var stiftet i 2009, ikke videreførte det tidligere Maison Fauré Le Pages virksomhed. Det fremgår endelig af dommen, at gennemsnitsforbrugeren af luksuslædervarer som de varer, der forhandles af Fauré Le Page-selskaberne, tillægger anvendelsen af meget gammel knowhow afgørende betydning i forbindelse med deres købsbeslutning. Det udledes heraf i dommen, at varemærkerne kan afføde en alvorlig risiko for vildledning af forbrugeren og derfor skal annulleres.
- 7 Fauré Le Page-selskaberne har iværksat kassationsappel til prøvelse af denne dom.

### **Bedømmelse af kassationsanbringenderne**

#### *Det første anbringendes første led*

#### Anbringendets ordlyd

- 8 Fauré Le Page-selskaberne har kritiseret dommen for at erklære »Fauré Le Page Paris 1717«-varemærkerne nr. 3839809 og 3839811 ugyldige på grund af deres vildledende karakter, idet »et varemærke erklæres ugyldigt, hvis det vil kunne vildlede offentligheden, ikke med hensyn til kvalitetene hos indehaveren af varemærket, men de heraf omfattede varers og tjenesteydelsers egenskaber, [og har foreholdt] cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris), at den – idet den for at lægge til grund, at »Fauré Le Page Paris 1717«-varemærkerne var vildledende, fastslog, at selskabet Fauré Le Page Paris, som ikke havde overtaget virksomheden efter Maison Fauré Le Page, der var grundlagt i 1717, ikke kunne fremstille sig selv som dens efterfølger uden at gøre sig skyldig i en faktisk vildledning eller en tilstrækkeligt alvorlig risiko for vildledning, ikke med hensyn til kvalitetene hos den virksomhed, der var indehaver af de omtvistede varemærker, men de heraf omfattede varers egenskaber – har tilsidesat artikel L711-3, litra c), i code de la propriété intellectuelle (den franske lov om intellektuel ejendomsret), som fortolket i lyset af artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv

2008/95/EF af 22. oktober 2008 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker«.

Cour de cassations (kassationsdomstol) svar

- 9 Med dette anbringende ønskes det oplyst, om cour d'appels (appeldomstol) dom er i overensstemmelse med [udelades] artikel 3, stk. 1, litra b), i direktiv 2008/95/EF af 22. oktober 2008 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker, hvis bestemmelser nu fremgår af artikel 20, litra b), i direktiv (EU) 2015/2436 af 16. december 2015 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker.
- 10 [Udelades] [procedure]

**Gældende retsakter**

- 11 I henhold til artikel L711-3, litra c), i loven om intellektuel ejendomsret i den affattelse, som finder anvendelse på tvisten, må et tegn, som kan vildlede offentligheden bl.a. med hensyn til varens eller tjenesteydelsens art, beskaffenhed eller geografiske oprindelse, ikke anvendes som varemærke eller som bestanddel af et varemærke.
- 12 Ved denne lovtekst er bestemmelserne i først artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 89/104/EØF om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker, dernæst i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95/EF af 22. oktober 2008 og senest i artikel 20, litra b), i direktiv (EU) 2015/2436, som i det væsentlige er identiske, blevet gennemført i national ret.
- 13 I forbindelse med sin fortolkning af direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker i dom af 30. marts 2006, Emanuel (C-259/04) (herefter »Emanuel-dommen«), fastslog Den Europæiske Unions Domstol (herefter »Domstolen«) – efter at have påpeget, at registreringshindringerne i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 89/104 forudsætter, at der må antages at foreligge en effektiv vildledning eller en tilstrækkeligt alvorlig risiko for vildledning af forbrugerne – at selv om en gennemsnitsforbruger kan påvirkes i sit køb af forestillingen om, at den fysiske person, hvis navn er registreret som varemærke, har medvirket i fremstillingen af den vare, der er omfattet af varemærket, kan denne omstændighed ikke i sig selv anses for egnet til at vildlede offentligheden med hensyn til arten, beskaffenheden eller oprindelsen af den nævnte vare (præmis 47-49).

**Begrundelse for den præjudicielle forelæggelse**

- 14 Cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris) har fundet »Fauré Le Page Paris 1717«-varemærkerne vildledende.

- 15 Med denne afgørelse har denne appeldomstol lagt til grund, at den kommunikation i form af det tegn, der er registreret som varemærke, af urigtige oplysninger om virksomheden, hvoraf gennemsnitsforbrugeren af de varer eller tjenesteydelser, som varemærket er registreret for, udleder, at disse har en særlig kvalitet eller prestige, er vildledende.
- 16 Denne fortolkning forekommer forenelig med den eksemplificerende karakter af listen i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95/EF af 22. oktober 2008.
- 17 En rundspørge, som selskabet Goyard ST-Honoré fremlagde under retsforhandlingerne for cour d'appel (appeldomstolen), viser ligeledes, at den alder, som en virksomhed med sit varemærke hævder at have, påvirker købsbeslutningen hos forbrugeren af de nævnte varer, især i luksuslædervarebranchen, hvorfor virksomhedens alder er en vigtig oplysning for forbrugeren, hvis købsbeslutning således påvirkes af denne oplysning. Angivelsen af virksomhedens alder udgør følgelig en forbindelsesfaktor for kundekredsen og er dermed en konkurrencefordel.
- 18 Det fremgår imidlertid af appeldomstolens endelige konstateringer i dommen, at Fauré Le Page-selskaberne med ansøgningen om registrering af »Fauré Le Page«-varemærkerne inklusive årstallet 1717 på usand vis fremstiller sig selv som værende »efterfølgerne« til det tidligere Maison Fauré Le Page.
- 19 Det bemærkes i denne henseende, at Cour de cassation (kassationsdomstol) i sin foregående dom i denne sag netop foreholdt cour d'appel de Paris (appeldomstolen i Paris), at denne havde lagt denne egenskab af »efterfølger« til grund uden at fastslå, at selskabet Fauré Le Page Paris havde videreført eller genoptaget selskabet Saillards virksomhed eller var indtrådt i sidstnævntes rettigheder, og uden at karakterisere, hvorledes overdragelsen af varemærket »Fauré Le Page Paris«, der blev registreret i 1989, i sig selv kunne give dette selskab ret til over for offentligheden at påberåbe sig Maison Fauré Le Pages alder.
- 20 Cour de cassation (kassationsdomstol) er nemlig af den opfattelse, at et varemærkes vildledende karakter ikke begrænser sig til et vildledende budskab om varens eller tjenesteydelsens egenskaber alene eller visse af dem, men kan omfatte selve den virksomhed, som er indehaver af varemærket, og dennes kvaliteter, herunder dens alder, eftersom forbrugeren af de forkerte oplysninger, som således kommunikerer via varemærket, vil kunne udlede, at den vare, som bærer varemærket, har bestemte kvaliteter eller nyder en vis prestige, som tilsammen kan påvirke den pågældende forbrugers beslutning om at købe varen.
- 21 Det påpeges ligeledes, at Domstolen i dom af 23. april 2009, Copad (C-59/08), for så vidt angik den skade på varenes kvalitet, som af varemærkeindehaveren kan foreholdes en licenstager, lagde til grund, at kvaliteten af prestigebetonede varer ikke udelukkende er et resultat af deres materielle egenskaber, men ligeledes af deres fremtoning og af det prestigebetonede image, der forsyner dem med en

luksuriøs udstråling (præmis 24-26). Man kan derfor, i det mindste på området for luksusvarer, når varemærket eller en af dets bestanddele forlener de varer, som bærer varemærket, med et prestigebetonet udtryk, der påvirker købsbeslutningen hos forbrugeren af disse varer, med rette spørge, om varemærket bør annulleres, hvis denne bestanddel er falsk.

- 22 Fauré Le Page-selskaberne har på deres side gjort gældende, at varemærket for at kunne anses for vildledende skal være egnet til at vildlede forbrugeren, ikke om virksomheden, men med hensyn til de af varemærkeregistreringen omfattede varers og tjenesteydelsers art og egenskaber.
- 23 De har gjort gældende, at det er denne fortolkning, der bør anlægges af Emanueldommen.
- 24 De har tilføjet, at Den Europæiske Unions Ret (herefter »Retten«) [udelades], idet den anvendte bestemmelserne i artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning (EF) nr. 207/2009 af 26. februar 2009 om EU-varemærker og i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95/EF af 22. oktober 2008, som i det væsentlige er identiske, fastslog, at bedømmelsen af den absolutte registreringshindring som følge af et varemærkes vildledende karakter kun kan foretages i forhold til de omhandlede varer eller tjenesteydelser, at anvendelsen af denne hindring indebærer en tilstrækkelig specifik beskrivelse af de potentielle egenskaber ved de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af varemærket, og at det kun er, såfremt den berørte forbruger forledes til at tro, at varerne og tjenesteydelserne har en bestemt egenskab, som de i virkeligheden ikke har, at forbrugeren vildledes af varemærket ([udelades] dom af 29.11.2018, Khadi and Village Industries Commission mod EUIPO – BNP Best Natural Products (Khadi Ayurveda), T-683/17, præmis 53, af 29.6.2022, Hijos de Moisés Rodríguez González mod EUIPO – Irland og Ornuá (La Irlandesa 1943), T-306/20, præmis 56 og 57, og af 29.11.2023, Myforest Foods mod EUIPO (MYBACON), T-107/23, præmis 29 et 30).
- 25 Det skal ligeledes anføres, at en annullationsafdeling under Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) drog konsekvenserne af disse principper for varemærket »Longwy Paris Maîtres artisans depuis 1798«, som af et selskab, der var stiftet i 2000, blev ansøgt registreret som betegnelse for bl.a. »juvelerarbejder, halvædle bijouteriartikler, juvelgenstande med pyntesten, juvelgenstande fremstillet af legeringer af ædle metaller«, og forkastede begæringen om, at dette varemærke erklæres ugyldigt (afgørelse af 27.11.2019, nr. 19646 C), idet den fastslog, at det forhold, at varemærkeindehaveren havde haft titel af håndværksmester siden 1798 og endda havde grundlagt sin virksomhed i 1798, ikke tilførte varerne og tjenesteydelserne nogen særlig egenskab og følgelig ikke skabte en specifik forventning hos forbrugeren, der indebar, at der forelå faktisk vildledning. Ifølge denne afgørelse kunne varemærket desuden højst opfattes som rosende, og for så vidt som henvisningen til dette årstal ikke var i strid med den måde, hvorpå listen over de omstridte varer og tjenesteydelser var affattet, var det acceptabelt.

- 26 Fauré Le Page-selskaberne har heraf udledt, at da »Fauré Le Page Paris 1717«-varemærkerne ikke beskriver en specifik egenskab ved de lædervareartikler, der er omfattet af registreringen, men højst formidler en generel kvalitetsopfattelse, kan de ikke anses for vildledende som omhandlet i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95/EF.
- 27 Generaladvokaten er af den opfattelse, at Domstolen bør forelægges et præjudicielt spørgsmål. Hun har forklaret, at den af [Retten] valgte løsning vækker tvivl om virkningerne af et varemærkes henvisning til virksomhedens alder. Hun har således henvist til en undersøgelse af den af varemærket formidlede opfattelse af virksomhedens alder, hvoraf det fremgår, at alder i visse brancher giver leverandøren af varerne eller tjenesteydelserne en konkurrencefordel i kraft af den knowhow og den kvalitet, som forbrugeren af de pågældende varer eller tjenesteydelser forventer af en mangeårig ubrudt virksomhed, og tilfører varemærket en merværdi derved, at det kan bryste sig af denne alder.
- 28 Domstolen synes ikke at have haft lejlighed til at bekræfte Rettens praksis, hvorefter en registreringshindring som følge af et varemærkes vildledende karakter indebærer en tilstrækkelig specifik beskrivelse af de potentielle egenskaber ved de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af varemærket, og det kun er, såfremt den berørte forbruger forledes til at tro, at varerne og tjenesteydelserne har en bestemt egenskab, som de i virkeligheden ikke har, at forbrugeren vildledes af varemærket.
- 29 Selv om den førnævnte Emanuel-dom kan fortolkes – hvilket appellanterne har gjort – således, at et varemærke, der leder forbrugeren på vildspor med hensyn til kvalitetene hos den virksomhed, der fremstiller de af varemærket omfattede varer, ikke er vildledende, blev den ikke desto mindre afsagt i den særlige situation, hvor varemærket var identisk med navnet på designeren, hvorfor hensynet til det særegne i denne sammenhæng kan forklare den valgte løsning.
- 30 I den foreliggende sag følger det af den suveræne bedømmelse, som den ret, der har pådømt realiteten, har anlagt, at »Fauré Le Page Paris 1717«-varemærkerne opfattes således, at de fejlagtigt hævder, at varemærkeindehaveren har flere hundrede års anciennitet i lædervarebranchen, og at den således formidlede forkerte oplysning er egnet til at påvirke købsbeslutningen hos forbrugerne af de varer, der er omfattet af et af disse varemærker, eftersom forbrugerne af luksuslædervarer tillægger det betydning, at den virksomhed, der sælger dem, har en historie og en vis alder.
- 31 Løsningen af tvisten afhænger dermed af spørgsmålet om, hvorvidt denne konstatering er tilstrækkelig til, at det kan lægges til grund, at de nævnte varemærker har vildledende karakter som omhandlet i artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95/EF af 22. oktober 2008.

- 32 I denne forbindelse skal det først og fremmest afgøres, om det forhold, at et varemærke kommunikerer en forkert oplysning om indehaveren, der er egnet til at påvirke gennemsnitsforbrugeren af de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af dette varemærke, er tilstrækkeligt til at konkludere, at det er vildledende, eller om den fremkaldte fejl skal vedrøre de nævnte varers og tjenesteydelsers egenskaber.
- 33 Hvis det dernæst antages, at et varemærke kun er vildledende, hvis det vedrører egenskaberne ved de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af dette varemærke, forudsætter konstateringen af den vildledende karakter da, at varemærket udgør en tilstrækkelig specifik beskrivelse af de potentielle egenskaber ved de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af varemærket?
- 34 Hvis dette spørgsmål bevares bekræftende, skal det endelig afgøres, om det forhold, at varemærket – navnlig på området for luksusvarer, hvor den historie, der tillægges varemærket, er et vigtigt element i opfattelsen af, hvor attraktive de heraf omfattede varer er – tilskriver indehaveren en betydelig anciennitet og dermed en veletableret knowhow inden for fremstillingen af varer under dette varemærke, udgør en tilstrækkelig specifik beskrivelse af de potentielle egenskaber ved de varer, der er omfattet af varemærket, som disse ikke har.

### **De præjudicielle spørgsmål**

- 35 Der spørges således [gentages i dommens dispositive del] [udelades]  
[Udelades]

### **PÅ GRUNDLAG AF DISSE PRÆMISSER**

[Udelades]

FORELÆGGES Den Europæiske Unions Domstol følgende spørgsmål:

- 1) Skal artikel 3, stk. 1, litra g), i direktiv 2008/95/EF af 22. oktober 2008 om indbyrdes tilnærmelse af medlemstaternes lovgivning om varemærker 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?

[Udelades]

ARBEJDSDOKUMENT