



Rättsfallssamlingen

DOMSTOLENS DOM (tredje avdelningen)

den 10 juli 2014*

”Begäran om förhandsavgörande — Varumärken — Direktiv 2008/95/EG — Specificering av de varor och tjänster för vilka varumärkesskydd söks — Krav på klarhet och precision — Niceklassificeringen — Detaljhandel — Sammanförande av tjänster”

I mål C-420/13,

angående en begäran om förhandsavgörande enligt artikel 267 FEUF, framställd av Bundespatentgericht (Tyskland) genom beslut av den 8 maj 2013, som inkom till domstolen den 24 juli 2013, i målet

Netto Marken-Discount AG & Co. KG

mot

Deutsches Patent- und Markenamt,

meddelar

DOMSTOLEN (tredje avdelningen)

sammansatt av avdelningsordföranden M. Ilešič (referent) samt domarna C.G. Fernlund, A. Ó Caoimh, C. Toader och E. Jarašiūnas,

generaladvokat: M. Wathelet,

justitiesekreterare: handläggaren K. Malacek,

efter det skriftliga förfarandet och förhandlingen den 30 april 2014,

med beaktande av de yttranden som avgetts av:

- Netto Marken-Discount AG & Co. KG, genom M. Rauscher, Rechtsanwalt,
- Frankrikes regering, genom D. Colas och F.-X. Bréchet, båda i egenskap av ombud,
- Polens regering, genom B. Majczyna, i egenskap av ombud,
- Förenade kungarikets regering, genom J. Beeko, i egenskap av ombud, biträdd av S. Ford, barrister,
- Europeiska kommissionen, genom F.W. Bulst och E. Montaguti, båda i egenskap av ombud,

* Rättegångsspråk: tyska.

med hänsyn till beslutet, efter att ha hört generaladvokaten, att avgöra målet utan förslag till avgörande,

följande

Dom

- 1 Begäran om förhandsavgörande avser tolkningen av artikel 2 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2008/95/EG av den 22 oktober 2008 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar (EUT L 299, s. 25).
- 2 Begäran har framställts i ett mål mellan Netto Marken-Discount AG & Co. KG (nedan kallat Netto Marken-Discount) och Deutsches Patent- und Markenamt (tyska patent- och varumärkesmyndigheten, nedan kallad DPMA) angående myndighetens avslag på en ansökan om registrering av ett varumärke.

Tillämpliga bestämmelser

Internationell rätt

- 3 Varumärkesrätten regleras på internationell nivå bland annat genom konventionen för skydd av den industriella äganderätten, som undertecknades i Paris den 20 mars 1883, senast reviderad i Stockholm den 14 juli 1967 och ändrad den 28 september 1979 (Förenta nationernas traktatsamling, volym 828, nr 11851, s. 305) (nedan kallad Pariskonventionen). Alla Europeiska unionens medlemsstater är parter i Pariskonventionen.
- 4 Enligt artikel 19 i Pariskonventionen förbehåller sig de stater som omfattas av konventionen rätten att separat träffa särskilda överenskommelser sinsemellan för skydd av den industriella äganderätten.
- 5 Denna bestämmelse låg till grund för antagandet av Niceöverenskommelsen om internationell klassificering av varor och tjänster vid varumärkesregistrering, antagen under den diplomatiska konferensen i Nice den 15 juni 1957, senast reviderad i Genève den 13 maj 1977 och ändrad den 28 september 1979 (Förenta nationernas traktatsamling, volym 1154, nr I-18200, s. 89) (nedan kallad Niceöverenskommelsen). I artikel 1 i Niceöverenskommelsen föreskrivs följande:
 - ”1) De länder, för vilka denna överenskommelse gäller, utgör en särskild union och antager en gemensam klassificering av varor och tjänster för användning vid registrering av varumärken [(nedan kallad Niceklassificeringen)].
 - 2) [Nice]klassificeringen utgöres av:
 - i) en klasslista jämte, i förekommande fall, förklarande anmärkningar,
 - ii) en alfabetisk förteckning över varor och tjänster ... med angivande av de klasser i vilka de ingå.

...”

6 I artikel 2 i Niceöverenskommelsen, som har rubriken ”Klassificeringens rättsliga betydelse och användning”, föreskrivs följande:

- ”1) Med förbehåll för de förpliktelser som följer av denna överenskommelse skall [Nice]klassificeringen ha den verkan som tillägges den av varje land inom den särskilda unionen. [Niceklassificeringen] skall sålunda icke binda dessa länder vare sig i fråga om bedömandet av märkes skyddsomfång eller såvitt avser erkännande av servicemärken.
- 2) Varje land inom den särskilda unionen har rätt att tillämpa [Nice]klassificeringen som huvudsystem eller som kompletterande system.
- 3) De behöriga myndigheterna i den särskilda unionens länder skall i officiella bevis och kungörelser om varumärkesregistrering ange numren på de klasser i [Nice]klassificeringen som de varor eller tjänster tillhör, för vilka märket är registrerat.
- 4) Den omständigheten att en benämning förekommer i den alfabetiska förteckningen [över varor och tjänster] påverkar icke på något sätt de rättigheter som kan bestå till benämningen.”

7 Klasslistan i Niceklassificeringen innehåller sedan klassificeringens åttonde utgåva, som trädde i kraft den 1 januari 2002, 34 varuklasser och 11 tjänsteklasser. Varje klass betecknas av en eller flera allmänna beteckningar, vanligtvis kallade ”klassrubriker”, vilka på ett översiktligt sätt anger vilka områden varorna och tjänsterna i den aktuella klassen i regel tillhör.

8 Enligt handledningen för Niceklassificeringen måste man, för att fastställa rätt klass för varje enskild vara eller tjänst, använda den alfabetiska förteckningen över varor och tjänster och de förklarande anmärkningarna till de olika klasserna.

9 Klass 35 i Niceklassificeringen avseende tjänster har sedan den nionde utgåvan, vilken trädde i kraft den 1 januari 2007 och vilken återgetts identiskt i den tionde utgåvan, vilken är i kraft sedan den 1 januari 2012, följande rubrik:

”Annons- och reklamverksamhet; Företagsledning; Företagsadministration; Kontorstjänster”

10 Den förklarande anmärkningen till denna klass har följande lydelse:

”Artikel 35 omfattar i första hand tjänster som tillhandahålls av personer eller organisationer, vilkas huvudsyfte är att:

1. ge bistånd i samband med driften och ledningen av ett företag, eller
2. ge bistånd i samband med ledningen av ett företags skötsel eller vid ledning av ett företags affärsdrivande verksamhet,

samt tjänster från reklambyråer, vilka huvudsakligen sysslar med kommunikation till allmänheten, tillkännagivanden och annonseringar via samtliga medier och avseende samtliga varor och tjänster.

Denna klass omfattar bland annat:

- sammanställande av ett varusortiment, för annans räkning (med undantag av transport därav), för att möjliggöra för kunder att bekvämt kunna se på och köpa varorna; dessa tjänster kan ombesörjas av detaljhandelsbutiker, grossistbutiker, genom kataloger för postorderförsäljning eller elektroniskt, exempelvis genom webbplatser eller teveshopping;

- tjänster avseende inspelning, överföring, sammansättning, sammanställning eller systematisering av skriftliga kommunikationer och inspelningar, sammanställning av matematiska eller statistiska uppgifter,
- reklambyråttjänster, tjänster såsom spridning av prospekt direkt eller via post, eller spridning av varuprover. Denna klass kan avse reklam för andra tjänster, såsom tjänster avseende bankkrediter eller radioreklam.

Denna klass omfattar bland annat inte:

- tjänster såsom utvärderingar eller rapporter från ingenjörer som inte står i direkt samband med driften eller ledning av ett företag (se den alfabetiska förteckningen över tjänster).”
- 11 Den alfabetiska förteckningen i Niceklassificeringen anger bland annat att ”försäljning (marknadsföring av –) för andra” ingår i klass 35.
- 12 Rubrikerna för klasserna 36, 39, 41 och 45 i Niceklassificeringen, vilka även avser tjänster, lyder enligt följande: ”Försäkringsverksamhet; Finansiella tjänster; Monetära tjänster; Fastighetsmäklari”, ”Transport; Emballering/paketering och förvaring av gods; Anordnande av resor”, ”Undervisning/utbildning; Anordnande av handledning/instruktion; Underhållning; Sport- och idrottsaktiviteter, kulturverksamhet” och ”Juridiska tjänster; Säkerhetstjänster för att skydda egendom och individer; Personliga och sociala tjänster utförda för att tillmötesgå individers behov”.

Unionsrätt

- 13 Skäl 13 i direktiv 2008/95 har följande lydelse:

”Alla medlemsstaterna är bundna av [Pariskonventionen]. Det är nödvändigt att detta direktivs bestämmelser helt överensstämmer med bestämmelserna i den konventionen. De av medlemsstaternas skyldigheter som är en följd av konventionen bör inte beröras av detta direktiv. ...”

- 14 Artikel 2 i direktivet har följande lydelse:

”Ett varumärke kan utgöras av alla tecken som kan återges grafiskt, särskilt ord, inbegripet personnamn, figurer, bokstäver, siffror, formen på en vara eller dess förpackning, förutsatt att tecknen i fråga kan särskilja ett företags varor eller tjänster från andra företags.”

- 15 I artikel 3.1 i direktivet föreskrivs följande:

”1. Följande tecken och varumärken får inte registreras och om registrering har skett ska de kunna ogiltigförklaras:

- a) Tecken som inte kan utgöra ett varumärke.
- b) Varumärken som saknar särskiljningsförmåga.
- c) Varumärken som endast består av tecken eller upplysningar vilka i handeln visar varornas eller tjänsternas art, kvalitet, kvantitet, avsedda användning, värde, geografiska ursprung, tiden för deras framställande eller andra egenskaper hos varorna eller tjänsterna.
- d) Varumärken som består av endast tecken eller upplysningar vilka i det dagliga språkbruket eller enligt branschens vedertagna handelsbruk kommit att bli en sedvanlig beteckning för varan eller tjänsten.

...”

- 16 Lydelsen i artiklarna 2 och 3 i direktiv 2008/95 motsvarar lydelsen i artiklarna 2 och 3 i rådets direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar (EGT L 40, 1989, s. 1; svensk specialutgåva, område 13, volym 17, s. 178). Det direktivet upphörde att gälla och ersattes av direktiv 2008/95 från och med den 28 november 2008.

Tysk rätt

- 17 3 § stycke 1 i lagen om skydd för varumärken och andra kännetecken (Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen) av den 25 oktober 1994 (BGBl. 1994 I, s. 3082) (nedan kallad MarkenG) motsvarar i huvudsak artikel 2 i direktiv 2008/95.

- 18 I 32 § stycke 3 MarkenG föreskrivs följande:

”Ansökan måste uppfylla de ansökningskrav som fastställts i en förordning enligt 65 § stycke 1 punkt 2.”

- 19 65 § stycke 1 punkt 2 MarkenG har följande lydelse:

”Den federala justitieministern har befogenhet att genom förordning och utan godkännande från Bundesrat ... bestämma övriga erforderliga villkor för att ansöka om registrering av ett varumärke.”

- 20 20 § stycke 1 i tillämpningsförordningen till MarkenG (nedan kallad MarkenV) har följande lydelse:

”Varorna och tjänsterna ska vara angivna på ett sådant sätt att det är möjligt att klassificera respektive vara och tjänst i en klass i den nomenklatur som upprättats enligt 19 § stycke 1.”

- 21 I 19 § stycke 1 MarkenV anges att ”klassificeringen av varor och tjänster ska göras enligt den varu- och tjänstenomenklatur som är angiven i bilaga 1 till denna förordning”. Bilaga 1 till MarkenV innehåller en klass 35, vars lydelse motsvarar lydelsen i klass 35 i Niceklassificeringen.

- 22 I 36§ stycke 4 MarkenG föreskrivs följande:

”[DPMA] ska avvisa ansökan om andra brister inte är avhjälpda inom en frist som fastställs av myndigheten.”

Målet vid den nationella domstolen och tolkningsfrågorna

- 23 Netto Marken-Discount ingav den 10 september 2011 en ansökan till DPMA om att nedanstående ord- och figurkännetecken skulle registreras som varumärke för varor och tjänster i klasserna 18, 25, 35 och 36 enligt Niceklassificeringen.



24 Beträffande klass 35 angavs följande i ansökan:

Klass 35: "Grossist- och detaljhandelstjänster, särskilt sammanförande av olika tjänster erbjudna av tredje man i syfte att underlätta konsumentens köp av tjänsterna, även särskilt genom detaljhandel, grossisthandel, kataloger eller elektroniska medier exempelvis webbplats eller tv-shoppingutsändningar med avseende på följande tjänster i klass 35: Annons- och reklamverksamhet, företagsledning, företagsadministration, kontorstjänster; klass 36: Utgivande av rabattkuponger och värdebevis; klass 39: Anordnandet av resor; klass 41: Underhållning; klass 45: Personliga och sociala tjänster utförda för att tillmötesgå individers behov."

25 DPMA avvisade i beslut av den 10 september 2012 med stöd av 36 § stycke 4 MarkenG ansökan i den del som avsåg tjänster i klass 35. DPMA angav som skäl för beslutet att ansökan inte uppfyllde kravet i 20 § stycke 1 MarkenV, eftersom de tjänster i den klassen som avsågs i ansökan inte var klart och preciserat angivna till sin omfattning och inte kunde avgränsas från andra tjänster.

26 Netto Marken-Discount överklagade beslutet till Bundespatentgericht.

27 Bundespatentgericht har påpekat att domstolen ännu inte prövat frågan huruvida varumärkesskydd kan erhållas för detaljhandel med tjänster. Om så är fallet frågar sig Bundespatentgericht med vilken grad av precisering som de tjänster som detaljhandeln avser måste vara beskrivna och huruvida det är möjligt att utsträcka det skydd som ett varumärke för sådan detaljhandel medför till de tjänster som tillhandahålls av detaljisten själv.

28 Bundespatentgericht beslutade under dessa omständigheter att vilandeförklara målet och att ställa följande tolkningsfrågor till domstolen:

"1) Ska artikel 2 i [direktiv 2008/95] tolkas så, att även detaljhandel med tjänster utgör en tjänst, i den mening som avses i direktivet?

2) För det fall fråga 1 besvaras jakande:

Ska artikel 2 i direktivet tolkas så, att tjänster som erbjuds av en detaljist innehållsmässigt måste vara lika specificerade som de varor som en detaljist saluför?

a) Räcker det för att en tjänst ska anses vara specificerad att

i) endast typen av tjänst eller den allmänna beteckningen anges,

ii) endast klassen eller klasserna anges, eller att

iii) varje tjänst är specifikt angiven?

b) Har angivandet av dessa uppgifter betydelse för bestämmandet av ansökningsdagen eller är det möjligt att byta ut eller komplettera uppgifter när allmänna beteckningar eller klasser anges?

3) För det fall fråga 1 besvaras jakande:

Ska artikel 2 i direktivet tolkas så, att skyddet för ett varumärke för tillhandahållande av detaljhandelstjänster även omfattar tjänster som detaljisten själv tillhandahåller?”

Prövning av tolkningsfrågorna

Fråga 1

- 29 Den hänskjutande domstolen söker med fråga 1 klarhet i huruvida en detaljists tillhandahållande av tjänster, vilket består i att sammanföra andra tjänster i syfte att konsumenten på ett bekvämt sätt ska kunna jämföra och köpa sistnämnda tjänster kan omfattas av tjänstebegreppet i artikel 2 i direktiv 2008/95.
- 30 Netto Marken-Discount, den franska regeringen, Förenade kungarikets regering och Europeiska kommissionen har föreslagit att den frågan ska besvaras jakande. Den polska regeringen anser att det är onödigt att kvalificera detaljhandel med tjänster som en tjänst.
- 31 Domstolen erinrar om att enligt artikel 2 i direktiv 2008/95 måste föremålet för ansökan uppfylla tre krav för att kunna utgöra ett varumärke i den mening som avses i artikel 2 i direktivet. Det ska för det första vara fråga om ett tecken. För det andra måste detta tecken kunna återges grafiskt. Detta tecken ska för det tredje vara ägnat att särskilja ett företags varor eller tjänster från andra företags varor eller tjänster (se, angående artikel 2 i direktiv 89/104, domar Libertel, C-104/01, EU:C:2003:244, punkt 23, Heidelberger Bauchemie, C-49/02, EU:C:2004:384, punkt 22, och Dyson, C-321/03, EU:C:2007:51, punkt 28).
- 32 Domstolen påpekar att begreppet tjänster inte har definierats av unionslagstiftaren och att det begreppet ska ges en enhetlig tolkning för att förhindra att villkoren för registrering av varumärken varierar beroende på den tillämpliga nationella lagstiftningen (se, för ett liknande resonemang, dom Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte, C-418/02, EU:C:2005:425, punkterna 28–33).
- 33 Domstolen har beträffande en sådan tolkning, i ett mål som rörde en ansökan om registrering av ett varumärke från en detaljist, redan funnit att tjänster som tillhandahålls inom ramen för detaljhandel med varor kan utgöra tjänster. Detaljhandel med varor omfattar nämligen, vid sidan av varuförsäljning, även detaljistens övriga verksamheter, såsom att välja ut det varusortiment som ska bjudas ut till försäljning och att erbjuda olika tjänster som är avsedda att få konsumenten att köpa varor från detaljisten i fråga, istället för från en konkurrent (se, för ett liknande resonemang, dom Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte, EU:C:2005:425, punkterna 34, 39 och 52).
- 34 Domstolen konstaterar, utan att det finns anledning att pröva huruvida tjänster i likhet med varor kan vara föremål för detaljhandel i egentlig mening, att det, vilket även påpekats av de regeringar som avgett yttranden till domstolen samt av kommissionen, finns fall där en näringsidkare väljer ut och presenterar ett sortiment av tjänster som erbjuds av tredje man i syfte att konsumenten på ett och samma ställe ska kunna välja mellan dessa tjänster.
- 35 De tjänster som en sådan näringsidkare tillhandahåller kan bland annat bestå i verksamheter som gör det möjligt för konsumenten att på ett bekvämt sätt jämföra och köpa de i föregående punkt nämnda tjänsterna samt i reklamverksamhet.

- 36 Tillhandahållandet av sådana tjänster avseende sammanförande och reklam kan, i förekommande fall, omfattas av klass 35 i Niceklassificeringen. Rubriken och den förklarande anmärkningen till den klassen är återgivna i punkterna 9 och 10 i förevarande dom. Denna möjlighet bekräftas av den alfabetiska förteckningen i Niceklassificeringen, i vilken "försäljning (marknadsföring av –)" ingår bland de tjänster som omfattas av nämnda klass.
- 37 Nämnda tjänster ingår i detta fall i begreppet tjänster, i den mening som avses i artikel 2 i direktiv 2008/95. Enligt skäl 13 i det direktivet måste bestämmelserna i direktivet helt överensstämma med bestämmelserna i Pariskonventionen och bör inte beröra medlemsstaternas skyldigheter enligt den konventionen. Med hänsyn till att Niceöverenskommelsen antagits med tillämpning av Pariskonventionen kan artikel 2 i direktiv 2008/95 inte tolkas på ett sätt som innebär att tjänster, vilka omfattas av en av tjänstklasserna i Niceklassificeringen, inte skulle ingå i tjänstebegreppet enligt nämnda artikel (se, analogt, dom *The Chartered Institute of Patent Attorneys*, C-307/10, EU:C:2012:361, punkt 52).
- 38 Det följer av det utdrag från ansökan om registrering, vilket återgetts i punkt 24 i förevarande dom, att registreringen som varumärke av det ord- och figurkännetecknet som är återgivet i punkt 23 i förevarande dom, "särskilt" avser tjänster för sammanförande av tjänster som erbjuds av tredje man. Netto Marken-Discount har vid förhandlingen förvisso preciserat att samtliga de tjänster som bolaget sammanför erbjuds av tredje man. Ordet "särskilt" kunde dock ge den behöriga myndigheten intrycket av att Netto Marken-Discount inte utesluter att sammanföra tjänster vilka, utöver de tjänster som erbjuds av andra näringsidkare, även inbegriper tjänster som bolaget själv tillhandahåller.
- 39 Även om det antas att det i det tjänstesortiment som Netto Marken-Discount erbjuder kan ingå tjänster som bolaget själv tillhandahåller, påverkar inte denna omständighet det faktum att den tjänst som beskrivits i registreringsansökan med orden "sammanföring av olika tjänster erbjudna av tredje man i syfte att underlätta konsumentens köp av tjänsterna" kan kvalificeras som tjänst av de skäl som anförts ovan i punkterna 34–37 i förevarande dom. Netto Marken-Discounts ansökan om registrering avseende klass 35 i Niceklassificeringen kan inte avslås enbart av det skälet att det tjänstesortiment som bolaget avser att erbjuda kunderna även kan innefatta tjänster som det själv tillhandahåller, eftersom detta skulle innebära att bolaget framtogs möjligheten att registrera kännetecknet som ett varumärke för nämnda sammanföringstjänst.
- 40 Mot bakgrund av det anförda ska fråga 1 besvaras enligt följande. Tjänster som en näringsidkare tillhandahåller, vilka består i att sammanföra tjänster i syfte att konsumenterna på ett bekvämt sätt ska kunna jämföra och köpa dem, kan omfattas av tjänstebegreppet i artikel 2 i direktiv 2008/95.

Fråga 2

- 41 Den hänskjutande domstolen vill med fråga 2 få klarhet i huruvida direktiv 2008/95 ska tolkas så, att det enligt direktivet krävs att det i en ansökan om registrering som varumärke av en tjänst som består i sammanförande av andra tjänster konkret och precist måste anges vilka tjänster som utgör sammanförandetjänsten och vilka tjänster som sammanförs.
- 42 Domstolen erinrar inledningsvis om att syftet med att varumärket registreras i ett offentligt register är att varumärket ska finnas tillgängligt för de behöriga myndigheterna och för allmänheten, i synnerhet för näringsidkarna (domar *Heidelberger Bauchemie*, EU:C:2004:384, punkt 28, och *The Chartered Institute of Patent Attorneys*, EU:C:2012:361, punkt 46).
- 43 För det första måste de behöriga myndigheterna kunna få tillräckligt klar och precis kännedom om de varor och tjänster som avses med ett varumärke för att kunna fullgöra sina skyldigheter avseende förhandsgranskningen av registreringsansökningarna samt avseende offentliggörandet och upprätthållandet av ett väl avpassat och exakt varumärkesregister. För det andra måste näringsidkarna

med klarhet och precision kunna förvissa sig om vilka varumärken som är registrerade, och vilka registreringsansökningar som faktiska eller potentiella konkurrenter har lämnat in, och därigenom dra nytta av relevant information om utomståendes rättigheter (dom *The Chartered Institute of Patent Attorneys*, EU:C:2012:361, punkterna 47 och 48).

- 44 Direktiv 2008/95 kräver således att den sökande anger de varor eller tjänster som det ansöks om varumärkesskydd för på ett så klart och precist sätt att de behöriga myndigheterna och näringsidkare redan på grundval härav kan fastställa varumärkesskyddets omfång (dom *The Chartered Institute of Patent Attorneys*, EU:C:2012:361, punkt 49).
- 45 För att uppfylla detta krav krävs det inte att den som ansöker om att en sammanföringstjänst ska registreras som varumärke konkret anger varje verksamhet som tjänsten består av (se, för ett liknande resonemang, domar *Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte*, EU:C:2005:425, punkt 49, och *The Chartered Institute of Patent Attorneys*, EU:C:2012:361, punkt 45). En sådan beskrivning som den som återfinns i *Netto Marken Discounts* ansökan enligt vilken den aktuella tjänsten särskilt avser "sammanförande av olika tjänster erbjudna av tredje man i syfte att underlätta konsumentens köp av tjänsterna, även särskilt genom detaljhandel, grossisthandel, kataloger eller elektroniska medier exempelvis webbplats eller tv-shoppingutsändningar", innebär att de behöriga myndigheterna och näringsidkarna kan förstå att ansökan avser en tjänst som består i att välja ut och presentera ett sortiment av tjänster i syfte att konsumenten på ett och samma ställe ska kunna välja mellan dessa tjänster.
- 46 Det krävs emellertid att den som ansöker om att en tjänst avseende sammanförande av tjänster ska registreras som varumärke med tillräcklig klarhet och precision anger de tjänster som sammanförs (se, analogt, domar *Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte*, EU:C:2005:425, punkt 50, och *The Chartered Institute of Patent Attorneys*, EU:C:2012:361, punkt 45).
- 47 Om de tjänster som sökanden har för avsikt att välja ut och presentera för kunden inte är tillräckligt klart och precist angivna kan det nämligen visa sig vara svårt, eller till och med omöjligt, för behöriga myndigheter att göra en fullständig prövning av ansökan. När myndigheterna inte kan utläsa av registreringsansökan vilka tjänster som sökanden avser, kan de inte göra en fullständig prövning, bland annat av huruvida det kännetecken som ansökan avser såsom varumärke skulle vara beskrivande för en eller flera av de tjänster som sökanden har för avsikt att välja ut och presentera.
- 48 *Netto Marken-Discount* har i föreliggande fall hänvisat till klasserna 35, 36, 39, 41 och 45 i Niceklassificeringen för att specificera de tjänster som bolaget har för avsikt att sammanföra. Bolaget har emellertid beträffande de flesta av dessa klasser inskränkt sig till att använda de allmänna beteckningar som finns i rubrikerna till dessa klasser.
- 49 Vissa av de allmänna beteckningarna i klassrubrikerna till Niceklassificeringen omfattar så pass skilda varor och tjänster att beskrivningarna inte kan uppfylla kravet på klarhet och precision. Av detta följer att de enda fall i vilka direktiv 2008/95 tillåter att de allmänna beteckningarna i klassrubrikerna används utan någon ytterligare beskrivning är de fall i vilka de allmänna beteckningarna i sig är tillräckligt klara och precisa för att de behöriga myndigheterna och näringsidkarna ska kunna fastställa omfattningen av det sökta skyddet (se dom *The Chartered Institute of Patent Attorneys*, EU:C:2012:361, punkterna 54 och 56).
- 50 Det ankommer på de behöriga myndigheterna att bedöma huruvida beteckningar såsom "underhållning" och "personliga och sociala tjänster utförda för att tillmötesgå individers behov", vilka använts i *Netto Marken-Discounts* ansökan, uppfyller kraven på klarhet och precision (se, analogt, dom *The Chartered Institute of Patent Attorneys*, EU:C:2012:361, punkt 55).

- 51 Domstolen erinrar för övrigt om att när den som har ansökt om registrering av ett varumärke för en viss klass använder samtliga allmänna beteckningar och således hela klassrubriken, måste vederbörande, i vart fall, precisera huruvida registreringsansökan avser samtliga varor eller tjänster i den alfabetiska förteckningen för den aktuella klassen eller endast vissa av dessa varor eller tjänster. Om ansökan endast omfattar vissa varor eller tjänster är sökanden skyldig att precisera vilka varor eller tjänster i den aktuella klassen som avses (dom *The Chartered Institute of Patent Attorneys*, EU:C:2012:361, punkt 61).
- 52 Netto Marken-Discount har i sin registreringsansökan uppgett att den sammanföringstjänst som den söker varumärkesskydd för bland annat omfattar sammanförandet av tjänster avseende ”annons- och reklamverksamhet, företagsledning, företagsadministration, kontorstjänster”. Med förbehåll för den hänskjutande domstolens kontroll, framgår det att ansökan inte preciserar huruvida sökanden, genom att hänvisa till hela rubriken för klass 35 i Niceklassificeringen, begär att det sökta varumärkets skydd ska omfatta sammanförandet av samtliga tjänster som finns upptagna i den alfabetiska förteckningen eller endast sammanförandet av vissa av dessa tjänster. En registreringsansökan som inte gör det möjligt att avgöra huruvida sökanden, genom användning av en viss klassrubrik i Niceklassificeringen, avser samtliga eller endast en del av varorna eller tjänsterna i den aktuella klassen kan inte, med hänsyn till att det förekommer olika uppfattningar inom unionen angående det sätt på vilket användningen av en klassrubrik i Niceklassificeringen ska förstås, anses tillräckligt klar och precis (dom *The Chartered Institute of Patent Attorneys*, EU:C:2012:361, punkterna 58, 59 och 62).
- 53 Mot bakgrund av det anförda ska fråga 2 besvaras enligt följande. Direktiv 2008/95 ska tolkas så, att det enligt direktivet krävs att en ansökan om registrering som varumärke av en tjänst avseende sammanförande av tjänster ska vara tillräckligt klart och preciserat formulerad så att det är möjligt för de behöriga myndigheterna och andra näringsidkare att få kännedom om vilka tjänster som sökanden har för avsikt att sammanföra.

Fråga 3

- 54 Fråga 3 avser att bestämma räckvidden av det skydd som ett varumärke för en tjänst avseende sammanförande av tjänster medför. Det är, i likhet med vad Netto Marken-Discount och kommissionen har påpekat, uppenbart att denna fråga saknar samband med saken i det nationella målet. Det nationella målet avser uteslutande DPMA:s avslag på ansökan om registrering av det i punkt 23 i förevarande dom återgivna ord- och figurkännetecknet som varumärke för en tjänst avseende sammanförande av tjänster.
- 55 Det följer av domstolens fasta praxis att en begäran om förhandsavgörande som har framställts av en nationell domstol ska avvisas om det är uppenbart att den begärda tolkningen av unionsrätten inte har något samband med de verkliga omständigheterna eller saken i det nationella målet (se, bland annat, domar *Cipolla m.fl.*, C-94/04 och C-202/04, EU:C:2006:758, punkt 25 och *Jakubowska*, C-225/09, EU:C:2010:729, punkt 28). Fråga 3 ska därför med tillämpning av denna praxis avvisas.

Rättegångskostnader

- 56 Eftersom förfarandet i förhållande till parterna i det nationella målet utgör ett led i beredningen av samma mål, ankommer det på den hänskjutande domstolen att besluta om rättegångskostnaderna. De kostnader för att avge yttrande till domstolen som andra än nämnda parter har haft är inte ersättningsgilla.

Mot denna bakgrund beslutar domstolen (tredje avdelningen) följande:

- 1) **Tjänster som en näringsidkare tillhandahåller, vilka består i att sammanföra tjänster i syfte att konsumenterna på ett bekvämt sätt ska kunna jämföra och köpa dem, kan omfattas av tjänstebegreppet i artikel 2 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2008/95/EG av den 22 oktober 2008 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar.**
- 2) **Direktiv 2008/95 ska tolkas så, att det enligt direktivet krävs att en ansökan om registrering som varumärke av en tjänst avseende sammanförande av tjänster ska vara tillräckligt klart och preciserat formulerad så att det är möjligt för de behöriga myndigheterna och andra näringsidkare att få kännedom om vilka tjänster som sökanden har för avsikt att sammanföra.**

Underskrifter