

## AVSLAG AV INVÄNDNING

Invändningsärende nr 2010/0077/0001  
Er referens: I 5113-059 FE

Registrering nr 409334

### INVÄNDARE

Red Bull GmbH  
Am Brunnen 1  
5330 Fuschl am See  
Österrike

### OMBUD

Advokatbyrån Gulliksson AB  
Box 4171  
203 13 Malmö

Exp. Patent- och registreringsverket

2013 -12- 13

### INNEHAVARE

HelhetsHälsa Sverige Aktiebolag  
Borghamnsvägen 8 B  
592 93 Borghamn

---

### BESLUT

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår invändningen med ovanstående nummer med stöd av 2 kap. 28 § varumärkeslagen (2010:1877).

### ÄRENDET

Invändningen avser varumärket REDS med registreringsnummer 409334, registrerat för följande varor:

Klass 5: Naturläkemedel, homeopatmedel (vitaminer och mineraler), näringspreparat och kosttillskott (vitaminer) för dietiskt och medicinskt bruk.

Invändaren yrkar att innehavarens registrering ska upphävas och anför som grund att märket är förväxlingsbart med invändarens följande varumärken:

### RED

Gemenskapsvarumärke nr 1187301

Klass 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader.

Klass 32: Öl; mineral- och kolsyrat vatten samt andra icke alkoholhaltiga drycker, speciellt energidrycker och isotoniska (hyper-, hypotoniska) drycker (för bruk av resp. för behov hos idrottsmän); fruktdrycker och fruktjuicer; safter och andra koncentrat för framställning av drycker; brustabletter och -pulver för drycker; icke-alkoholhaltiga cocktails.

Klass 33: Alkoholhaltiga drycker (ej öl); alkoholhaltiga varma drycker och dryckesblandningar, speciellt alkoholhaltiga energidrycker, vinglög och

mjölkblandningsdrycker; viner, spritdrycker och likörer; alkoholhaltiga preparat för framställning av drycker; cocktails och aperitifviner baserade på spritdrycker eller vin; vinhaltiga drycker.

## RED BULL

Internationell varumärkesregistrering nr. 972114

Godkänt i Sverige i klasserna 1-16, 18-27, 29-31, 33-40, 42, 44-45 (se bilaga).

Så som det får förstås anför invändaren vidare att innehavarens kännetecken är förväxlingsbart med invändarens inarbetade varumärke RED BULL för icke alkoholhaltiga drycker.

Som ytterligare grund för att innehavarens registrering ska upphävas har invändaren anført att de åberopade märkena RED BULL och RED är väl ansedda och att användningen av innehavarens märken skulle dra otillbörlig fördel av eller vara till skada för varukännetecknens särskiljningsförmåga eller anseende.

### *Invändarens utveckling av talan*

Till stöd för sin invändning anför invändaren i huvudsak följande. Invändarens märke RED ingår i sin helhet i innehavarens varumärke. Ordet RED är det dominerande inslaget i invändarens märke RED BULL. Tillägget av bokstaven S i innehavarens märke ändrar inte betydelsen av ordet. Ordet REDS kommer av omsättningskretsen att upplevas som en pluralform eller genitivform av RED. Konsumenter noterar främst de inledande bokstäverna i ett märke.

Det finns en stark koppling mellan de varor som invändarens märke RED avser i klass 32 och de varor i klass 5 som innehavarens märke avser. Dryckestillverkare tillhandahåller ofta drycker med speciella hälsoegenskaper och dietariska egenskaper under samma varumärke som andra sorters drycker. Energidrycker, såsom invändarens egen produkt Red Bull Energidryck, innehåller vanligen naturläkemedel som taurin, guarana och koffein. Flera tillverkare av energidrycker säljer brustabletter och pulver avsedda att blandas med vatten. Sådana varor faller under klass 5.

Varumärket RED BULL, och den dominerande delen RED för sig, har förvärvat en förstärkt särskiljningsförmåga på den svenska marknaden. Under år 2009 uppgick marknadsföringskostnaderna för RED BULL i Sverige till drygt 5 miljoner euro. Under samma år var den värdemässiga marknadsandelen för RED BULL i Sverige 49,9 %. Varumärket har även marknadsförts vid internationella evenemang som bör ha uppmärksammats i Sverige, såsom Formel 1. En marknadsundersökning från år 2006 visar att 88 % av åldersgruppen 15-29 år i Sverige hade en spontan kännedom, och 97 % en hjälpt kännedom om varumärket RED BULL för energidrycker. Svenska Bryggareföreningen intygade år 2002 att RED BULL är ett av de två mest kända varumärkena för energidrycker i Sverige. Under år 2009 hade hemsidan [www.redbull.com](http://www.redbull.com) 271 miljoner träffar. 81,2 % av den tyska befolkningen är bekanta med ordet RED i samband med energidrycker, och ungefär samma siffror borde gälla för Sverige. Invändaren har även registreringar i flera länder avseende varumärken bestående av eller innehållande ordet RED i klass 32, såsom RED ENERGY, RED ENERGIE, RED FORCE, RED LION, RED POWER, RED PUMA, RED ROOSTER, RED STORM, RED TIGER och RED WINGS.

Invändaren har avseende användningen av och kännedomen kring dennes åberopade märken RED BULL givit in följande material:

Intyg från år 2010 undertecknad av Red Bulls general counsel Dr. Volker Viechtbauer.

Utdrag från webbsidorna [www.gymgrossisten.com](http://www.gymgrossisten.com), [www.shopping4net.se](http://www.shopping4net.se),  
[www.naturmedicin.se](http://www.naturmedicin.se).

Marknadsundersökning betitlad *Energy Drinks Awareness Study* från år 2003.

Marknadsföringsmaterial, i form av annonser, avseende den svenska marknaden år 2005.

Intyg från AC Nielsen angående Red Bulls marknadsandelar i Sverige under åren 2005-2009.

Förteckning över internationella rättsfall i vilka Red Bulls varumärken har ansetts vara välkända.

Utdrag från invändarens hemsida [www.redbull.se](http://www.redbull.se) med information om olika idrottsevenemang som RED BULL sponsrar, samt produktinformation om RED BULL.

Marknadsundersökning betitlad *Red Bull Global T&A Results 2005* från år 2005.

Marknadsundersökning betitlad *Red Bull Global T&A Results 2006* från år 2006.

Marknadsundersökning betitlad *Red Bull Global T&A Results 2007* från år 2007.

Marknadsundersökning betitlad *Red Bull Global T&A Results 2008* från år 2008.

Marknadsundersökning betitlad *Red Bull Global T&A 2009* från år 2009.

Marknadsundersökning betitlad *Red Bull T&A 2006* från år 2006.

Marknadsundersökning betitlad *Red Bull T&A 2007* från år 2007.

Marknadsundersökning betitlad *Red Bull Awareness & Penetration study Sweden 2005* från år 2005.

Intyg från Svenska Bryggareföreningen från år 2002.

CD-skiva med marknadsföringsmaterial betitlad *Red Bull Commercials of Sweden*.

CD-skiva med marknadsföringsmaterial betitlad *Red Bull Video Clip*.

#### *Innehavarens inställning*

Innehavaren bestrider invändningen och anför i huvudsak följande. Innehavarens märke är inte förväxlingsbart med invändarens märken. Av dessa märken är bara RED BULL, med registreringsnummer 972114 registrerat i klass 5. Innehavarens produkt finns i kapselform och har inget med någon dryck att göra. Innehavaren vill inte förknippas med RED BULL.

#### **SKÄL**

Enligt 2 kap. 8 § första stycket 2 varumärkeslagen får ett varumärke inte registreras om det är identiskt med eller liknar ett äldre varukännetecken för varor eller tjänster av samma eller liknande slag, om det finns en risk för förväxling, inbegripet risken för att användningen av

varumärket leder till uppfattningen att det finns ett samband mellan den som använder varumärket och innehavaren av varukännetecknet.

Med ett varukännetecken avses, enligt 2 kap 8 § andra stycket 2 varumärkeslagen, en internationell varumärkesregistrering som fått giltighet i Sverige.

Med ett varukännetecken avses, enligt 2 kap 8 § andra stycket 4 varumärkeslagen, ett gemenskapsvarumärke.

Med ett varukännetecken avses, enligt 2 kap 8 § andra stycket 3 varumärkeslagen, även ett varukännetecken som är inarbetat, om det inarbetade skyddet gäller inom en väsentlig del av landet.

Enligt 1 kap 7 § andra stycket ska ett varukännetecken anses inarbetat om det här i landet inom en betydande del av den krets till vilken det riktar sig (omsättningskretsen) är känt som beteckning för de varor eller tjänster som tillhandahålls under kännetecknet.

Frågan om förväxlingsbarhet ska avgöras vid en helhetsbedömning där samtliga omständigheter av betydelse i sammanhanget ska beaktas, framför allt märkenas likhet samt likheten avseende de varor/tjänster som märkena avser. Om varu- eller tjänsteslagslikhet är för handen ska en bedömning av märkenas visuella, fonetiska och begreppsmässiga/konceptuella likheter göras med utgångspunkt i det helhetsintryck som varumärkena förmedlar med hänsyn till bland annat deras särskiljande och dominerande delar (EU-domstolens dom i mål C-251/95 (Sabel) punkterna 22 och 23). Hänsyn ska även tas till det faktum att genomsnittskonsumenten sällan har möjlighet att göra en direkt jämförelse mellan varumärkena utan måste förlita sig på en oklar minnesbild av märkenas utföranden. (EU-domstolens dom i mål C-342/97 (Lloyd Schuhfabrik Meyer), punkt 26).

Utgångspunkten vid bedömningen är att den berörda produktkategoriens genomsnittskonsument är normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst. Det ska dock även beaktas att genomsnittskonsumentens uppmärksamhetsgrad kan variera beroende på den aktuella varu- eller tjänstekategori (se EU-domstolens dom i mål C-342/97 (Lloyd Schuhfabrik Meyer), punkt 26).

Vid bedömningen av om varu- eller tjänsteslagslikhet föreligger ska samtliga relevanta faktorer som är kännetecknande för förhållandet mellan varorna eller tjänsterna beaktas, bland annat deras art, de tilltänkta köparna, användningsområdet samt huruvida de konkurrerar med eller kompletterar varandra (se EU-domstolens dom i mål C-39/97 (Canon), punkt 23).

En hög grad av särskiljningsförmåga hos det äldre märket, ursprunglig eller förvärvat, ökar risken för förväxling. Hänsyn ska bland annat tas till den marknadsandel som varumärket innehar, hur ofta, hur länge och på hur stort geografiskt område detta varumärke har brukats, hur stora investeringar som har gjorts för att saluföra det, den andel av omsättningskretsen som tack vare varumärket kan ange att varan kommer från ett visst företag samt yttranden från handelskammare och andra yrkessammanslutningar (se EU-domstolens domar i mål C-251/95 (Sabel), punkt 24 samt C-342/97 (Lloyd Schuhfabrik Meyer), punkterna 22 och 23).

Av 2 kap. 8 § första stycket 3 varumärkeslagen framgår att ett varumärke inte får registreras om det är identiskt med eller liknar ett äldre varukännetecken som är känt inom en

betydande del av omsättningskretsen, och användningen av varumärket skulle dra otillbörlig fördel av eller utan skälig anledning vara till skada för varukännetecknets särskiljningsförmåga eller anseende.

Vid bedömningen av om ett varukännetecken är känt inom en betydande del av omsättningskretsen ska samtliga relevanta omständigheter i ärendet beaktas, särskilt varumärkets marknadsandel, i hur stor omfattning det använts, i vilket geografiskt område och hur länge varumärket har använts, samt hur stora investeringar företaget har gjort för att marknadsföra varumärket (se EU-domstolens dom i mål C-375/97 (Chevy), punkt 27).

*PRV gör följande bedömning*

*Invändarens användning av märket RED*

Inledningsvis konstaterar PRV att det invändaren anfört, och den bevisning som åberopats, inte ger något stöd för att varumärket RED är väl ansett eller att det genom användning skulle ha förvärvat förstärkt känneteckenskraft. Därmed kommer PRV:s fortsatta prövning avse frågan om förväxling med utgångspunkt i det skydd som följer av invändarens registrering.

*Varuslagslikhet RED ./ REDS*

Invändarens märke RED avser bland annat energidrycker och isotoniska (hyper-, hypotoniska) drycker (för bruk av resp. för behov hos idrottsmän); brystabletter och -pulver för drycker i klass 32. Innehavarens märke REDS avser bland annat naturläkemedel, homeopatmedel (vitaminer och mineraler), näringspreparat och kosttillskott (vitaminer) för dietiskt och medicinskt bruk i klass 5. De respektive varuslagen har inte samma kommersiella ursprung och kompletterar inte varandra. De uppvisar även skillnader vad gäller syfte, eftersom naturläkemedel i högre utsträckning syftar till att bota fysiska och psykiska åkommor, medan invändarens varor främst syftar till att ge en energikick utan koppling till några åkommor. Varuslagen är av denna anledning inte heller att betrakta som konkurrerande eller utbytbara. Vid en sammantagen bedömning finner PRV att det inte råder likhet mellan de respektive varuslagen.

En förutsättning för att två kännetecken ska kunna vara förväxlingsbara är att de avser varor eller tjänster av samma eller liknande slag. Eftersom de motstående märkena inte avser varor av samma eller liknande slag är dessa inte heller förväxlingsbara.

*Serieskydd*

Invändaren har inte ingivit någon utredning till stöd för att omsättningskretsen skulle uppfatta att märkesordet RED, som ingår i de motanförda kännetecken, kännetecknar att de nu aktuella varorna härstammar från invändaren. Att invändaren har ett flertal registreringar som innehåller märkesordet RED medför inte i sig att omsättningskretsen skulle uppfatta en serie av varumärken som inverkar på den nu aktuella förväxlingsbedömningen. Angående betydelsen av en s.k. familj eller av serie av varumärken, se EU-domstolens dom i mål C-234/06 P, punkterna 64-66 (BAINBRIDGE).

*Invändarens användning av märket RED BULL*

Av den ingivna marknadsundersökningen *Energy Drinks Awareness Study 2003* framgår att den spontana kännedomen i åldersgruppen 15-74 år i Sverige är 65 %. Av det intyg som invändaren ingivit framgår att den värdemässiga marknadsandelen för RED BULL för energidrycker i Sverige år 2009 var 49,9 %. Av intyget framgår vidare att

marknadsföringskostnaderna för varumärket RED BULL i Sverige för år 2009 var drygt 5,2 miljoner euro, och att det under samma period såldes drygt 34 miljoner enheter under varumärket RED BULL i Sverige. I kombination med det material som invändaren i övrigt har presenterat får marknadsundersökningen och intyget anses visa att invändarens kännetecken RED BULL är känt inom en betydande del av omsättningskretsen som ett kännetecken för energidrycker, samt att märket är ett inarbetat varukännetecken för energidrycker. Av detta följer även att varumärket förvärvat en förstärkt känneteckenskraft och att det därmed åtnjuter ett utökat skyddsomfång inom ramen för förväxlingsbedömningen i förhållande till energidrycker.

*Varuslagslikhet RED BULL ./ REDS*

Invändarens märke RED BULL avser bland annat pharmaceutical and veterinary preparations, hygienic preparations for medical purposes i klass 5. Dessa varor inbegriper samtliga varor som innehavarens märke avser. De motstående märkena avser därmed identiska varor.

*Märkeslikhet RED BULL ./ REDS*

De kännetecken som ska jämföras är följande:

Invändarens märke:

Innehavarens märke:

RED BULL	REDS
----------	------

Bedömningen av märkenas förväxlingsbarhet, inbegripet deras visuella, fonetiska och begreppsmässiga likheter, ska ske med utgångspunkt i uppfattningen hos genomsnittskonsumenten av den kategori av varor eller tjänster som avses. I förevarande fall riktar sig de relevanta varuslagen till konsumenter i allmänhet.

Det inledande ordet i invändarens märke RED BULL ingår i sin helhet i innehavarens märke REDS. Ledet RED utgör tre av fyra bokstäver i innehavarens märke. Det utgör ingen självständig del av märket utan är en beståndsdel av ordet REDS. Invändarens märke består av ett ord mer än innehavarens märke, och i invändarens märke får ordet BULL anses ha en lika framträdande ställning som ordet RED. Sammantaget föreligger en låg grad av visuell likhet mellan märkena.

Ur fonetiskt perspektiv föreligger det en viss likhet då båda märkena inleds med bokstäverna RED. Eftersom det är fråga om ett enstavigt respektive tvåstavigt märke är den förekommande skillnaden BULL ägnad att uttalsmässigt tydligt skilja märkena åt. Invändarens och innehavarens märken innehåller orden RED respektive REDS och har därmed en begreppsmässig likhet i och med att de båda associerar till färgen röd (Norstedts engelsk-svenska ordbok, nätversionen, åtkomst 2013-12-12). Invändarens märke innehåller därutöver ordet BULL, med betydelsen *tjur* (Norstedts engelsk-svenska ordbok, nätversionen, åtkomst 2013-12-03), som saknar motsvarighet i innehavarens märke. Invändarens märke RED BULL ger därför som en helhet upphov till väsentligen annorlunda

associationer än innehavarens märke REDS. Sammantaget är därför graden av begreppsmässig likhet mellan märkena låg.

Sammanfattningsvis föreligger en låg grad av visuell, fonetisk och begreppsmässig likhet mellan invändarens märke RED BULL och innehavarens märke REDS.

*Graden av ursprunglig särskiljningsförmåga hos invändarens märke RED BULL*  
Invändarens märke RED BULL består av orden *RED* och *BULL* med betydelseerna *röd* och *tjur*. Märket har därmed den sammantagna betydelsen *röd tjur*, och har som en helhet ingen språklig innebörd som kan sättas i samband med de varor det avser. Märket får därmed anses ha en ursprunglig särskiljningsförmåga av normalgraden.

*Helhetsbedömning av om innehavarens märke REDS är förväxlingsbart med invändarens märke RED BULL enligt 2 kap 8 § första stycket 2 varumärkeslagen*  
PRV har funnit att det föreligger varuslagsidentitet mellan vissa av de varor som invändarens registrering RED BULL avser i klass 5 och samtliga de varor som innehavarens märke RED avser. PRV har även funnit att graden av visuell, fonetisk och begreppsmässig likhet mellan märkena är låg. Vid en sammantagen bedömning finner PRV att förväxlingsrisk inte föreligger mellan dessa motstående rättigheter. Invändarens registrering RED BULL utgör således inte grund för upphävning av innehavarens märke enligt 2 kap 8 § första stycket 2 varumärkeslagen.

PRV har vidare funnit att RED BULL är ett för invändaren inarbetat varukännetecken för energidrycker, och att varukännetecknet har en förstärkt känneteckenskraft för dessa varor. PRV har även funnit att det inte föreligger varuslagslikhet mellan energidrycker och de varor som innehavarens märke avser. Till följd av avsaknad av varuslagslikhet föreligger inte förväxlingsrisk mellan dessa motstående rättigheter. Invändarens inarbetade varukännetecken RED BULL för energidrycker utgör således inte grund för upphävning av innehavarens märke enligt 2 kap 8 § första stycket 2 varumärkeslagen.

*Fråga om upphävande av innehavarens märke i enlighet med 2 kap. 8 § första stycket 3 varumärkeslagen*

PRV har funnit att RED BULL är ett inarbetat kännetecken för energidrycker, och att det är känt inom en betydande del av omsättningskretsen för energidrycker. Därav följer att kännetecknet även åtnjuter det skydd som följer av 2 kap 8 § första stycket 3 varumärkeslagen, förutsatt att användningen av varumärket skulle dra otillbörlig fördel av eller utan skälig anledning vara till skada för varukännetecknets särskiljningsförmåga eller anseende. För detta ändamål måste det bedömas huruvida omsättningskretsen kan komma att etablera en länk mellan märkena.

PRV finner att varan energidrycker som invändarens märke avser och homeopatmedel (vitaminer och mineraler), näringspreparat och kosttillskott (vitaminer) för dietiskt och medicinskt bruk som innehavarens märke avser har beröringspunkter. Detta eftersom båda märkena avser varor som utgör preparat med ett, i vid bemärkelse, hälsofrämjande syfte.

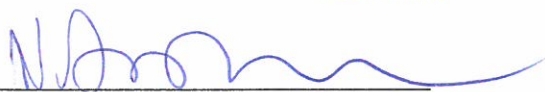
PRV har ovan funnit att det föreligger en låg grad av visuell, fonetisk och begreppsmässig likhet mellan invändarens märke RED BULL och innehavarens märke REDS. Vidare har PRV funnit att invändarens märke RED BULL, som en helhet, har en ursprunglig särskiljningsförmåga av normalgraden i förhållande till energidrycker och även har förvärvat

en förstärkt känneteckenskraft i förhållande till dessa varor. PRV har även funnit att kännedomsgraden om invändarens märke för energidrycker är hög.


Vid en samlad bedömning finner PRV, med hänsyn till den låga graden av märkeslikhet, att omsättningskretsen inte kommer att etablera en länk mellan märkena. Av detta följer att märket inte kan komma att dra otillbörlig fördel av eller utan skälig anledning vara till skada för särskiljningsförmågan eller anseendet hos invändarens varumärke RED BULL. Följaktligen saknas förutsättningar att upphäva innehavarens märke med stöd av 2 kap. 8 § första stycket 3 varumärkeslagen.

Mot bakgrund av allt som ovan anförts ska invändningen avslås.

Beslutat den **13 DEC 2013**



Nina Isaksson

  
Christofer Lindqvist *gm:* Martin Berger

#### HUR BESLUTET ÖVERKLAGAS

Den som vill överklaga beslutet ska göra det skriftligt. Skrivelsen ska vara ställd till Patentbesvärsrätten, men sändas till Patent- och registreringsverket, Box 530, 826 27 Söderhamn. I skrivelsen ska anges det beslut som överklagas och den ändring i beslutet som begärs. Skrivelsen ska ha kommit in till verket **inom två (2) månader** från beslutets dag.



## BILAGA

**Registreringsnummer:** 972114

**Registrerad hos** 2008-03-  
**WIPO** 19

**Ansökningsnummer:** 972114

**Designeringsdatum** 2008-03-  
19

## RED BULL

### Klassificering

- 1:** Chemicals used in industry, science and photography, as well as in agriculture, horticulture and forestry; unprocessed artificial resins, unprocessed plastics; manure; fire extinguishing compositions; tempering and soldering preparations; chemical substances for preserving foodstuffs; tanning substances; adhesives used in industry; leather and textile impregnating chemicals; adhesives for wallpaper; humus, compost, earth for growing, soil conditioning chemicals; chemical additives for oils.
- 2:** Paints, anti-fouling paints, varnishes, lacquers; binding agents and thinners for paints, turpentine; preservatives against rust and against deterioration of wood; colorants; mordents; raw natural resins; metals in foil and powder form for painters, decorators, printers and artists.
- 3:** Bleaching preparations and other substances for laundry use; cleaning, polishing, scouring and abrasive preparations; dry-cleaning preparations; soaps; joss sticks; perfumery, essential oils, cosmetics, hair lotions; dentifrices, breath freshening sprays; sunscreen preparations; laundry starch; emery paper, sand cloth.
- 4:** Industrial oils and greases; lubricants; dust absorbing, wetting and binding compositions; fuels (including motor spirit) and illuminants; lanolin; candles and wicks for lighting.
- 5:** Pharmaceutical and veterinary preparations, hygienic preparations for medical purposes, including fortifying and strengthening preparations, namely vitamin preparations and tonics and preparations and products containing minerals and/or vitamins and/or trace elements for health purposes; traditional Chinese medicines; medicinal infusions including herb teas; dietetic substances adapted for medical use, appetite suppressants for medical purposes; chewing gum, fruit gums and sweets for medical use; food for babies; plasters, materials for dressings; napkins for the sick; hygienic articles for women, namely sanitary towels, panty liners, tampons, sanitary pants; chemical contraceptives; material for stopping teeth, dental wax; adhesives for dentures, dental mastics; disinfectants; deodorizing preparations, other than for personal use, deodorizing room sprays; preparations for destroying vermin; fungicides, herbicides.
- 6:** Common metals and their alloys; metal building materials; refractory construction materials of metal; transportable and non-transportable buildings of metal; materials of metal for railway tracks; non-electric cables and wires of common metal; ironmongery, small items of metal hardware; pipes and tubes of metal; safes; decorative objects and works of art of common metal; goods of metal (included in this class), including anchors, anvils, taps for casks, bottle caps, containers (tanks), cash boxes, signboards, including registration plates for vehicles, panels, including signaling panels, non-luminous and non-mechanical; transport containers; ores.
- 7:** Machines, including filling machines, lifts (other than ski-lifts), excavators, construction machines, bulldozers, printing machines, electric kitchen appliances for chopping, grinding, pressing, stirring, labellers, mincers, belt conveyors, fans (other than hand-operated), electric generators, current generators and alternators, lifting apparatus other than hand-operated, cranes, milking machines, sewing machines, paper machines, polishing machines (other than for household purposes), presses other than hand-operated, trueing machines, industrial cutters, welding machines, textile machines, packing machines, rolling mills, dishwashers, washing machines, shredders; machine tools; motors and engines (except for land vehicles); machine coupling and transmission components (except for land vehicles); silencers; agricultural implements other than hand-operated; agricultural machines; incubators for eggs; air brushes for applying color.
- 8:** Hand tools; hand operated equipment used in agriculture, horticulture and forestry for the construction of machines, apparatus and vehicles, and for structural engineering; cutlery; side arms; electric and non-electric razors; electric and non-electric hair cutters and clippers; tool belts.
- 9:** Scientific, nautical, surveying, photographic, cinematographic, optical, weighing, measuring, signaling, checking (supervision), life-saving and teaching apparatus and instruments; apparatus and instruments for conducting, switching, transforming, accumulating, regulating or controlling electricity; apparatus for recording, transmission or reproduction of sound or images; walkie-talkies; portable telephones, photocopying apparatus and machines; magnetic data carriers, including video tapes, recording discs; personal stereos; automatic vending machines and mechanisms for coin-operated apparatus; automatic cash dispensing machines, ticket dispensers, automatic photographic booths; apparatus for games adapted for use with television receivers only, not coin-operated videogames; amusement apparatus adapted for use with television receivers only; cash registers, calculating machines; data processing equipment and computers; machine readable data carriers with programs installed; electronic publications (downloadable); computer programs and software; computer games programs; mouse pads; navigation apparatus for vehicles; protective clothing, including protective spectacles, protective masks, protective

- helmets, in particular for sports purposes; protective shields, including ear, body and face protective shields; spectacles, spectacle frames, spectacle cases and holders, sunglasses, goggles for sports; headphones; breathing apparatus for divers, swimming belts and water wings; special purpose containers (cases, sheaths, housings) suitable for apparatus and instruments included in this class; light, marker, life-saving and signaling buoys; wind socks; electric batteries and accumulators; magnets; luminous signs, luminous advertising; signaling panels; petrol pumps for service stations; fire-extinguishing apparatus; bracelets (encoded identification), magnetic.
- 10:** Surgical, medical, dental and veterinary apparatus and instruments; surgical implants, including artificial limbs, eyes and teeth; orthopedic articles; suture materials; condoms; non-chemical contraceptives; vibrators, vibromassage apparatus; pacifiers for babies.
- 11:** Apparatus for lighting, heating, steam generating, cooking, refrigerating, drying, ventilating, water supply and sanitary installations, including wash-hand basins, bidets, toilets, toilet installations and bath installations; refrigerators, refrigerated drinks cabinets; air-conditioning and ventilation apparatus, including such apparatus for vehicles; lighting apparatus for vehicles, including lights for vehicles, vehicle reflectors; electric lamps, bar lamps; diving lights; gas generators (installations); solar collectors and accumulators.
- 12:** Vehicles; apparatus for locomotion by land, air or water; refrigerated trucks; air cushion vehicles; parachutes; parts for vehicles; parts for apparatus for locomotion by land, air or water; parts for air-cushion vehicles; bicycles and individual parts therefor (included in this class), bicycle accessories, namely luggage carriers for bicycles, bells for bicycles, dress guards for bicycles, motors for cycles, bicycle pumps, bicycle locks, saddle covers for bicycles, stands for bicycles; saddle covers for motorcycles; golf carts and baby carriages; automobile accessories, namely tires, seats and seat covers, trailer hitches, roof racks, ski carriers, mudguards, snow chains, wind deflectors, head rests, safety belts, child safety seats, horns, steering wheels, wheel rims, shock absorbers; covers for vehicle steering wheels; motors for land vehicles.
- 13:** Firearms; ammunition and projectiles; explosives; fireworks; firecrackers; rifles, including hunting rifles, air rifles; parts for rifles, including barrels and hammers; rifle cases; sprays for personal defense purposes.
- 14:** Precious metals and their alloys; goods in precious metals and their alloys (included in this class), including craft objects, decorative objects, keyrings; badges, of metal; jewelry including rings of precious metals, precious stones, including costume jewelry, cufflinks and tiepins; horological and chronometrical instruments; wrist watches and watch straps; clock cases; cases for the aforesaid goods.
- 15:** Musical instruments; mechanical pianos; musical boxes; electric and electronic musical instruments; music stands, music synthesizers.
- 16:** Paper, cardboard and goods made from these materials (included in this class), including paper towels, table napkins, filter paper, handkerchiefs of paper, toilet paper, nappies of paper, packaging of paper or cardboard; packaging containers and bags; printed matter including leaflets, brochures and folders; bookbinding material; photographs; posters, transparencies, flags (of paper); signboards of paper or cardboard; clipboards; stationery; transfers, stickers; labels, including iron-on labels not of textile; adhesives for stationery or household purposes; artists' materials, including drawing, painting and modeling materials; paint brushes; typewriters and office requisites (except furniture); instructional and teaching material (except apparatus); plastic materials for packaging (included in this class); printers' type; printing blocks; slates and black boards; writing and drawing implements; self-adhesive plastic films for decorative purposes; money clips.
- 18:** Leather and imitations of leather and goods made from these materials (included in this class), including bags and other containers not adapted to other objects to be carried and small goods of leather, including purses, pocket wallets, key wallets; hand bags, briefcases, shopping bags, school satchels; backpacks, rucksacks; shoulder straps; animal skins, hides; trunks and travelling bags; travelling sets (leatherware); umbrellas, parasols and walking sticks; whips, harness and saddlery.
- 19:** Decorative objects of stone, concrete or marble; signaling panels, non-luminous, non-mechanical and not of metal.
- 20:** Furniture, mirrors, picture frames; furniture and tables made of plastic or metal; indoor window blinds; goods (included in this class) of wood, cork, reed, cane, wicker, horn, bone, ivory, whalebone, shell, amber, mother-of-pearl, meerschaum and substitutes for all these materials or of plastics; works of art and decorative objects of wood, wax, plaster or plastic, nameplates, not of metal, garment bags, coat hangers, stoppers for bottles, key boards for hanging keys; pegs of plastic; display boards and signboards of wood or plastic; flagpoles; packaging containers of plastic; containers, not of metal, for liquid fuel.
- 21:** Household or kitchen utensils and containers; drinking vessels and drinking glasses; bottles and drinking flasks; ice buckets, chests, coolers, ice cube molds; combs and sponges; brushes (except paint brushes); brush-making materials; articles for cleaning purposes; fragrant air refreshing sprays; steelwool; unworked or semi-worked glass (except glass used in building); glassware, porcelain and earthenware (included in this class); decorative objects and works of art of glass, porcelain and earthenware; signboards of porcelain or glass; cosmetic utensils; cooking pot sets and pails of sheet metal, aluminum, plastic or other materials.
- 22:** Ropes, string, nets, tents, awnings, tarpaulins, sails; sacks (included in this class).
- 23:** Yarns and threads, for textile use.
- 24:** Textiles; textile goods (included in this class), including fabric, textile imitations of leather, non-woven textile fabrics, curtains, household linen, table and bed linen; bed linen of paper; shower curtains of textile or plastic; textile banners, flags (not of paper); labels, including iron-on labels, of textile, textile stickers, sew-on labels; wall hangings of textile.
- 26:** Lace and embroidery, ribbons and braid; buttons, hooks and eyes, pins and needles; pin badges and button hole badges; belt clasps, trouser-clips for cyclists; pom-poms; haberdashery; competitors' numbers; artificial flowers.

- 27:** Carpets, rugs, mats, bar mats and matting, linoleum and other materials for covering existing floors; wall hangings (non-textile); gymnastic mats; carpets for automobiles; artificial turf.
- 29:** Meat, fish, poultry and game; meat extracts; preserved, dried and cooked fruits and vegetables; jellies, jams, compotes; eggs, milk and milk products; edible oils and fats; meat, fish, fruit and vegetable preserves; mixed milk beverages (milk predominating); desserts of yogurt, quark and cream; soya milk (milk substitute); fermented vegetable foods (kimchi).
- 30:** Coffee, tea, cocoa, sugar, rice, tapioca, sago, artificial coffee; flour and preparations made from cereals, bread, pastry and confectionery, ice cream; honey, treacle; yeast, baking-powder; salt, edible salt, mustard; vinegar, sauces (condiments), dressings for salad; spices; ice; coffee, tea, cocoa and chocolate drinks; iced tea; coffee and cocoa preparations for making alcoholic and non-alcoholic beverages; cereals for human consumption, including oat flakes and other cereal flakes; food flavorings; sweets, candy, fruit gums, chocolate, chocolate products, pralines with liqueur fillings; chocolate mixtures containing alcohol; chewing gums; fruit and muesli bars.
- 31:** Agricultural, horticultural and forestry products and grains (included in this class); live animals; fresh fruits and vegetables; seeds, natural and dried plants and natural flowers; foodstuffs for animals; malt; nuts (fruits); straw mulch, litter peat.
- 33:** Alcoholic beverages (except beers); hot and mixed alcoholic drinks, including alcoholic energy drinks, mulled wine and mixed drinks containing milk; alcoholic malt beverages, malt liquor; wines, spirits and liqueurs; alcoholic preparations for making beverages; spirit or wine-based cocktails and aperitifs; beverages containing wine.
- 34:** Tobacco; tobacco products, including cigars, cigarettes, smoking tobacco, chewing tobacco, snuff tobacco; tobacco substitutes (not for medicinal purposes); smokers' articles namely tobacco tins, cigar and cigarette holders, cigar and cigarette cases, ashtrays, humidors, pipe stands, pipe cleaners, cigar cutters, pipes, pipe bags, lighters, pocket equipment for rolling cigarettes, cigarette papers, cigarette cases, cigarette filters; matches.
- 35:** Advertising, including promotion of goods and services and of competitive events, including competitive events of a sporting nature; arranging of advertising; distribution of goods for advertising purposes; layout services for advertising purposes; on-line advertising on a computer network; rental of advertising time on communication media; news clipping services; organization consultancy; business management; business administration; office functions; organization of trade fairs and exhibitions for commercial or advertising purposes; rental of vending machines; the bringing together, for the benefit of others, of a variety of goods, enabling customers to conveniently view and purchase those goods; compilation of statistics; sponsorship search.
- 36:** Insurance; financial affairs; monetary affairs; home banking; real estate affairs.
- 37:** Repair or maintenance of aircraft and automobiles; building construction; repair; installation services; repair, servicing, maintenance of vehicles, refueling of vehicles; restoration of musical instruments; installation of doors and windows; swimming-pool maintenance; refilling of toner cartridges.
- 38:** Telecommunications; transmission of radio and television programs; electronic bulletin board services; providing telecommunications connections to a global computer network, telecommunications routing and junction services, teleconferencing services, providing user access to a global computer network; providing access to databases; voice mail services.
- 39:** Transport of persons and goods by air, road, rail and boat; travel arrangement, arrangement of tourist services, sightseeing, escorting of travelers; rental of aircraft and vehicles; parcel delivery; packaging and storage of goods; storage (physical) of electronically-stored data or documents; franking of mail; traffic information.
- 40:** Treatment of materials.
- 42:** Scientific and technological services and research and design relating thereto; industrial analysis and research services; design and development of computer hardware and software; computer programming; data conversion of computer programs and data (not physical conversion); computer system design; conversion of data or documents from physical to electronic media; creating and maintaining websites for others, hosting computer sites; installation of computer software; industrial design; engineering; consultancy in the field of energy-saving; research in the field of environmental protection.
- 44:** Medical services; veterinary services; health and beauty care for human beings or animals; tattooing; agriculture, horticulture and forestry services; sauna services; solarium services; health spa services; visagists' services; pharmacists' services to make up prescriptions.
- 45:** Personal and social services concerning individual needs; security services for the protection of property and individuals; dating services; clothing rental, evening dress rental; fire-fighting; funerals, undertaking, crematorium services; operation of detective agencies, missing person investigations, opening of security locks; security consultancy; adoption agency services; horoscope casting, organization of religious meetings; marriage agencies, escorting in society; licensing of computer software (legal services), registration of domain names (legal services), intellectual property consultancy, copyright management, licensing of intellectual property; intellectual property watching services; legal research, legal services; lost property return; mediation; inspection of factories for safety purposes; rental of fire alarms; rental of fire extinguishers.