



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 26/00055
Dato: 8. oktober 2026

Klager: SAFRAN
Representert ved: Acapo Onsagers AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:

Gunhild Giske Skyberg, Eva Havnerås og Tore Lunde

har kommet frem til følgende

AVGJØRELSE

1. Kort fremstilling av saken:

2. Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 27. mars 2026, hvor ordmerket SAFRAN SENSING TECHNOLOGIES, med internasjonalt registreringsnummer 1791582, og norsk søknadsnummer 202405745, ble nektet virkning i Norge for følgende varer:

Klasse 9: Gyroscopes, gyroscopic sensors; gyrometric sensors; vibrating sensors; accelerometer sensors; inertial sensors; gyrocompass; micro-electromechanical systems (MEMS), namely, micro-machined fine structured elements and microsystems incorporating such sensors, actuators and/or elements.

3. Varemerket ble nektet virkning i Norge av Patentstyret fordi det ble ansett å være egnet til å forveksles med eldre registrering nummer 192226, ordmerket SAFRAN, og eldre registrering nummer 227824, ordmerket SAFRAN, jf. varemerkeloven § 70 tredje ledd, jf. § 16 bokstav a og 4 første ledd bokstav b.

4. Registrering nr. 192226, ordmerket SAFRAN, er registrert for følgende varer og tjenester:

Klasse 9: Databehandlingsapparater og -innretninger; innregistrerte programmer for datamaskiner; dataprogrammer (innregistrerte på databærere); programmer (innregistrerte EDB-programmer); databærere; vitenskapelige, elektriske, fotografiske og optiske apparater og instrumenter, unntatt deler og tilbehør for motorkjøretøyer; apparater for opptak, overføring og gjengivelse av lyd og bilder.

Klasse 42: Programmering for datamaskiner; ajourføring og vedlikehold av dataprogrammer og software; utarbeidelse av dataprogrammer; EDBprogrammering; utleie av softfare (EDB); utleie av tilgangstid ved bruk av databaser; faglige konsultasjoner; rådgivning vedrørende EDB.

5. Registrering nr. 227824, ordmerket SAFRAN, er registrert for følgende tjenester:

Klasse 35: Salg av databehandlingsapparater og -innretninger, innregistrerte programmer for datamaskiner, dataprogrammer, databærere, vitenskapelige, elektriske, fotografiske og optiske apparater og instrumenter, unntatt deler og tilbehør til motorkjøretøyer, apparater for opptak, overføring og gjengivelse av lyd og bilder.

6. Klage kom inn 24. april 2026. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble oversendt til Klagenemnda for videre behandling den 29. mai 2026, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

7. Grunnene for Patentstyrets vedtak er oppsummert som følger:

- Innehavers merke må nektes virkning i Norge fordi det er fare for forveksling med de eldre registreringene nr. 192226 og 227824 som begge gjelder ordmerket SAFRAN.
- Patentstyret er av den oppfatning at de aktuelle varene og tjenestene hovedsakelig retter seg mot profesjonelle næringsdrivende.

Vareslagslikhet

- Innehavers varer i klasse 9 kan etter sin art kategoriseres som vitenskapelige og elektriske måleinstrumenter, og omfattes derfor av den generelle angivelsen «vitenskapelige, elektriske, fotografiske og optiske apparater og instrumenter» som registrering nr. 192226 har vern for i klasse 9. Det foreligger dermed vareidentitet i klasse 9.
- Registrering nr. 227824 har vern for tjenestene «salg av vitenskapelige, elektriske, fotografiske og optiske apparater og instrumenter» i klasse 35, og har dermed vern for salg av innehavers varer i klasse 9, siden disse varene kan karakteriseres som vitenskapelige og elektriske måleinstrumenter. Det foreligger med dette varer og tjenester av lignende slag. Varene og tjenestene kan ha samme omsetningskrets, omsettes og tilbys gjennom samme distribusjonskanaler og kan ha samme kommersielle opprinnelse.

Kjennetegnslikhet

- Ordet SAFRAN betegner et krydder eller fargestoff, både på engelsk og norsk. Betydningen kan ikke knyttes til de aktuelle varene og tjenestene, de eldre merkene har derfor relativt høy grad av særpreg.
- Innehavers merke inneholder også ordet SAFRAN og teksten SENSING TECHNOLOGIES. Ordet SAFRAN har samme betydning og særpreg som i de eldre merkene. SENSING TECHNOLOGIES kan forstås som «teknologi for avlesning eller avspøkning» og er beskrivende for varene i klasse 9, da disse kan innebære en teknologi for avlesning og avspøkning via et gyroskop med sensor. SAFRAN har selvstendig atskillende evne i innehavers merke, da det ikke har en betydning i relasjon til SENSING TECHNOLOGIES. På grunn av sin plassering først i merket og sitt særpreg er SAFRAN det dominerende elementet i innehavers merke.
- EU-retten har flere ganger uttalt at man ofte legger mest merke til starten av et merke, se forente saker T-183/02 og T-184/02, *Mundicor*, premiss 83, og T-346/04, *Arthur et Felicie*, avsnitt 46.
- Det foreligger kjennetegnslikhet og forvekslingsfare.
- SAFRAN i de eldre merkene opptas i sin helhet først i innehavers merke. SAFRAN har selvstendig atskillende evne i innehavers merke og er det eneste elementet i de eldre merkene. SAFRAN staves likt og vil uttales likt. Konseptuelt gir alle merkene en forestilling om krydderet «safran». Den beskrivende teksten SENSING TECHNOLOGIES er ikke egnet til å overskygge likhetene som SAFRAN skaper og trekke merkene i ulike retninger visuelt, fonetisk og konseptuelt. Det er også vareidentitet i klasse 9 og vareslagslikhet i klasse 9 og 35. Gjennomsnittsforbrukeren vil derfor kunne tro at merkene har fellesskap i kommersiell opprinnelse eller ta feil av merkene i en omsetningssituasjon.

- Til fullmektigens anførsel om at merkene hadde sameksistert i 13 år, bemerkes det at Patentstyret ikke er bundet av tidligere vurderinger og at hvert tilfelle må vurderes konkret i den enkelte sak.

8. Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Det foreligger ikke forvekslingsfare, heller ikke for de varene hvor spesifikasjonene skulle berøre hverandre. Det bes om at klagen tas til følge, slik at varemerket SAFRAN SENSING TECHNOLOGIES gis virkning i Norge for varene i klasse 9.
- Den relevante omsetningskretsen for varene og tjenestene i klasse 9 og 35 vil være profesjonelle næringsdrivende med høyt oppmerksomhetsnivå. De relevante varene er relativt kostbare, og vil normalt omsettes etter nærmere overveielser fra kjøperens side.
- Det foreligger lav grad av likhet mellom varene.
- Visuelt og fonetisk har merkene både likheter og ulikheter. Likheten består i felleselementet SAFRAN. Merkene er likevel forskjellige ved at klagers merke ender med ordene SENSING TECHNOLOGIES, det foreligger en manglende grad av visuell og fonetisk likhet.
- Ordet SENSING vil, når de brukes på de aktuelle varene, spille på verbet «to sense» / å sanse». Gjennomsnittsforbrukeren av varer som «gyroscopes, gyroscopic sensors» vil forstå helheten som at «Safran sanser teknologien», og at dette er en kreativ omskrivning av konseptet. Derfor vil enhver konseptuell likhet mellom merkene være begrenset til dette sterkt suggestive budskapet.
- Selv om begge merker har ordelementet SAFRAN i seg, har klagers merke en kreativ vri med ordene SENSING TECHNOLOGIES, som derfor har adskillende evne i helheten. Fellestrekket SAFRAN, slik det fremstår i helheten, er ikke tilstrekkelig til å skape forvekslingsrisiko hos gjennomsnittsforbrukeren. Merkeelementene SENSING TECHNOLOGIES bidrar til å skape tilstrekkelig ulike helhetsinntrykk, jf. KFIRs avgjørelse 25/00003 SELF SIMULA, som har mange likhetstrekk med nærværende sak. Gjennomsnittsforbrukeren vil ikke tro at merkene har samme kommersielle opprinnelse.
- Det vises også til KFIRs avgjørelse 19/00105 Ruma avsnitt 22. Etter prinsippet om gjensidig avhengighet (også jf. *sak C-39/97 Canon*) skal disse faktorene vektes mot hverandre. Den konseptuelle nøytraliseringen oppveier en eventuell visuell og fonetisk likhet, og sammen med det høye oppmerksomhetsnivået hos den profesjonelle omsetningskretsen er konklusjonen at det ikke foreligger forvekslingsfare, heller ikke for de varene hvor spesifikasjonene skulle berøre hverandre.

9. Klagenemndas vurdering:

10. Klagenemnda har kommet til samme resultat som Patentstyret.

11. Det aktuelle varemerket er ordmerket SAFRAN SENSING TECHNOLOGIES.
12. Det følger av varemerkeloven § 16 bokstav a og § 4 første ledd bokstav b at et merke ikke kan registreres dersom det er «risiko for forveksling» med et merke som allerede er registrert eller gitt virkning i Norge. Vurderingstemaet er om en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen for de varer eller tjenester det gjelder, kan komme til å ta feil av kjennetegnene (direkte forveksling), eller tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom kjennetegnenes innehavere (indirekte forveksling), jf. HR-2008-1686-A SØTT + SALT avsnitt 41–43.
13. Spørsmålet om to varemerker er egnet til å forveksles, skal avgjøres ut fra en helhetsvurdering der både vareslagslikheten og kjennetegnslikheten blir vektlagt, jf. varemerkeloven § 4 første ledd bokstav b. Det er et innbyrdes avhengighetsforhold mellom disse momentene, slik at en svak grad av vareslagslikhet kan oppveies av en høy grad av kjennetegnslikhet og omvendt, jf. HR-2008-1686-A SØTT + SALT avsnitt 40 og EU-domstolens rådgivende uttalelse i C-342/97 Lloyd v. Klijsen avsnitt 19. Se også EU-domstolens rådgivende uttalelser i sakene C-251/95 Sabèl/Puma avsnitt 18 og C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 17.
14. I helhetsvurderingen skal det tas hensyn til gjennomsnittsforbrukerens oppmerksomhetsnivå, hvilke varer eller tjenester det er snakk om og hvordan de omsettes. I tillegg er det relevant å se hen til det eldste merkets grad av særpreg. Jo mer særpreget det eldste merket er, desto større vil risikoen for forveksling være, jf. sakene C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 18 og 19 og T-56/20 VROOM avsnitt 43. Merker med sterk grad av særpreg, enten iboende eller oppnådd som følge av bruk, har større verneomfang enn merker med svak grad av særpreg, jf. C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 18.
15. Gjennomsnittsforbrukeren vil normalt oppfatte merkene som en helhet, uten å undersøke detaljer, jf. EU-domstolens avgjørelse C-334/05 P Shaker avsnitt 35. Det må tas hensyn til at gjennomsnittsforbrukeren normalt ikke vil ha mulighet til å sammenligne merkene side om side, men må stole på det bildet hen har i hukommelsen, jf. C-342/97 Lloyd v. Klijsen avsnitt 26.
16. Klagenemnda er enig med klager i at den relevante omsetningskretsen for de identiske og lignende varene og tjenestene i klasse 9 og 35 i hovedsak retter seg mot profesjonelle næringsdrivende med høy grad av oppmerksomhet. Patentstyret har også kommet til at omsetningskretsen i hovedsak vil bestå av profesjonelle aktører. Gjennomsnittsforbrukeren anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. EU-domstolens uttalelse i sak C-210/96 Gut Springenheide avsnitt 31.

Vareslagslikhet

17. Vurderingen gjelder hvorvidt varene og/eller tjenestene er av samme eller lignende slag, jf. varemerkeloven § 4 første ledd bokstav b. Varene og/eller tjenestene vil være av samme slag dersom vare- og/eller tjenesteangivelsene er identiske eller overlapper. I vurderingen av om varene er av lignende slag, skal det ses hen til art og anvendelsesformål, hvordan de benyttes og om de er i konkurranse med hverandre eller er komplementære, jf. C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 23. Andre kriterier som har blitt nevnt i rettspraksis er om varene har samme distribusjonskanaler og omsetningskrets, og om de normalt har samme kommersielle opprinnelse, se for eksempel Underrettens avgjørelser i T-99/01 Mystery/Mixery avsnitt 40 og T-85/02 Castillo/El Castillo avsnitt 38.
18. I dette tilfellet dreier det seg om overlappende og identiske varer i klasse 9. Klagers varer i klasse 9 kan klassifiseres som vitenskapelige og elektriske apparater og instrumenter, og dette er varer som det eldre merket har vern for i samme klasse. Klagers varer «gyroscopes; gyroscopic sensors; micro-electromechanical systems (MEMS), namely, micro-machined fine structured elements and microsystems incorporating such sensors, actuators and/or element» kan være apparater og instrumenter som er elektriske og/eller vitenskapelige. Klagenemndas undersøkelser bekrefter at gyroskoper for eksempel kan bli drevet av elektriske motorer og benyttes innen forskning og vitenskap (se for eksempel no.wikipedia.org/wiki/Gyroskop, snl.no/gyroskop og <https://www.forskning.no/romforskning-forskningens-historie-store-vitenskapsfolk/einstein-oppe-til-sin-toffeste-prove/1050528>).
19. Etter Klagenemndas syn er varene og tjenestene i klasse 9 og 35 av lignende slag. Registrering nummer 227824 har blant annet vern for «Salg av [...] vitenskapelige, elektriske [...] apparater og instrumenter [...]» i klasse 35. Salg av en vare i klasse 35 må anses å ha samme formål som varen i den aktuelle vareklassen, ved at sistnevnte også gir vern for salg av egenproduserte varer, og som dermed kan dekke etterspørsel og behov hos de samme kundene. Klagenemnda viser til at også Underretten i EU har lagt til grunn at salg av varer i klasse 35 er av lignende slag som selve varen, jf. blant annet T-333/19 GN Genetic Nutrition Laboratories avsnitt 29 og T-282/12 fRee YOUR STYLE avsnitt 37.

Kjennetegnslikhet

20. Merkene som skal sammenlignes er ordmerket SAFRAN SENSING TECHNOLOGIES og to ordmerker som kun består av ordet SAFRAN.
21. Ved vurderingen av kjennetegnslikhet, må det foretas en helhetsvurdering hvor blant annet graden av visuell, fonetisk, og konseptuell likhet vektlegges. I denne vurderingen vil særpregede og dominerende elementer ha større betydning for merkenes helhetsinntrykk enn svake og lite fremtredende elementer, jf. blant annet EU-domstolens avgjørelser i C-251/95 Sabèl/Puma avsnitt 23 og C-342/97 Lloyd v. Klijsen avsnitt 25-27 og C-334/05 P Shaker avsnitt 35.

22. Klagenemnda har kommet til at det er sterk grad av kjennetegnslikhet. Innklagedes merke SAFRAN SENSING TECHNOLOGY opptar i sin helhet de eldre ordmerkene SAFRAN.
23. Ordet SAFRAN er først og fremst kjent som navnet på et krydder, men er også navnet på planten krydderet kommer fra, og fargestoffet som kan utvinnes fra samme plante (Gyldendal Stor norsk ordbok). Ordet har dermed ingen relevant kjent betydning for de identiske varene som sensorer og gyroskoper i klasse 9 og de lignende tjenestene som gjelder salg av slike varer i klasse 35. Ordet har tvert imot en fantasifull forbindelse til de relevante varene og tjenestene, og har dermed sterk grad av særpreg for disse.
24. Klagenemnda kan ikke se at tilføyelsene SENSING TECHNOLOGIES er tilstrekkelig til å avverge forvekslingsfare. Det engelske ordet «sensing» kan bety «avsøking, avlesing», og er en bøyningsform av verbet «sense» som kan bety «avsøke, avlese», jf. Gyldendal Teknisk engelsk-norsk. Ordet «technologies» kan bety «teknologier», jf. Gyldendal Stor engelsk-norsk ordbok. Merketeksten SENSING TECHNOLOGIES vil derfor oppfattes i betydninger som «avlesning/avsøking teknologier». Det er sannsynlig at i det minste den profesjonelle omsetningskretsen vil oppfatte SENSING TECHNOLOGIES som beskrivende informasjon om at de aktuelle varene, som gyroskoper og sensorer, er teknologiske varer som kan avlese informasjon fra eksempelvis en gjenstand eller bevegelse, eller at varene er utstyrt med avlesnings- eller avsøkingsteknologi.
25. Det særpregede felleselementet SAFRAN er det innledende elementet i klagers merke. På grunn av sitt iboende særpreg, plassering som innledende element, og det at SENSING TECHNOLOGIES er beskrivende, finner Klagenemnda at det er SAFRAN som er dominerende for helhetsinntrykket i klagers merke. Klagers anførsel om at gjennomsnittsforbrukeren vil forstå helheten som at «Safran sanser teknologien» og at dette vil bli oppfattet som en kreativ omskrivning som minsker den konseptuelle likheten, kan etter Klagenemndas syn ikke føre frem. Slik Klagenemnda ser det, er det sannsynlig at SENSING TECHNOLOGIES vil bli oppfattet med et helhetlig beskrivende meningsinnhold og at SAFRAN oppfattes som et selvstendig adskillende element. Ettersom SAFRAN er navnet på et krydder, er det etter Klagenemndas syn ikke sannsynlig at gjennomsnittsforbrukeren vil oppfatte merket som at det er «safran» som «sanser teknologien». Det er ingen naturlig forbindelse mellom disse ordene. Ettersom de eldre merkene kun består av ordet SAFRAN, er Klagenemnda av den oppfatning at merkene har klare fonetiske, visuelle og konseptuelle likheter.
26. Etter en helhetsvurdering har Klagenemnda kommet til at det er risiko for forveksling mellom klagers ordmerke SAFRAN SENSING TECHNOLOGIES og de eldre registreringene SAFRAN, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b. Klagenemnda legger avgjørende vekt på at varene og tjenestene er av identisk og lignende slag, og at det er sterk grad av kjennetegnslikhet. Felleselementet SAFRAN har særpreg og er den dominerende delen i klagers merke, og det eneste elementet i de tidligere registrerte merkene. Det at den relevante gjennomsnittsforbrukeren er profesjonell og har høy grad av oppmerksomhet, er da ikke tilstrekkelig til å avverge forvekslingsfare. Den

norske gjennomsnittsforbrukeren vil derfor kunne komme til å ta feil av kjennetegnene, eller tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom kjennetegnenes innehavere.

27. Klagenemndas avgjørelser VM 25/00003 SELF SIMULA og VM 19/00105 Ruma har ingen overføringsverdi til foreliggende sak. Til forskjell fra merkene i foreliggende sak, fant flertallet at likheten mellom merkene SELF SIMULA v SIMULIA knyttet seg til et svakt merkeelement, mens det ulike elementet SELF ble ansett som fremtredende og særpreget, jf. avsnitt 32–34. I Ruma-saken la flertallet vekt på at RUMA og PUMA hadde en «klar konseptuell forskjell som nøytraliserer de visuelle og fonetiske likhetene mellom merkene, og som gjør at merkene helhetlig sett ikke fremstår som like», jf. avsnitt 22. Klagenemnda kan ikke se at det foreligger en slik konseptuell forskjell mellom merkene i foreliggende sak. Hver sak må vurderes konkret, og i innværende tilfelle har Klagenemnda kommet til at det foreligger forvekslingsfare.
28. På denne bakgrunnen stadfester Klagenemnda Patentstyrets avgjørelse. Ordmerket SAFRAN SENSING TECHNOLOGIES, med internasjonalt registreringsnummer 1791582, kan ikke gis virkning i Norge for de aktuelle varene i klasse 9, jf. varemerkeloven § 70 tredje ledd, jf. §§ 16 bokstav a og 4 første ledd bokstav b.

Det avsies slik

Slutning

Klagen forkastes.

Gunhild Giske Skyberg
(sign.)

Eva Havnerås
(sign.)

Tore Lunde
(sign.)