



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 26/00002
Dato: 16. april 2026

Klager: FamyGen Life Sciences, Inc.
Representert ved: Acapo Onsagers AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter, med dette utvalget:

Sarah Wennberg Svendsen, Mikkel Lassen Ellingsen og Ingeborg Råsberg

har kommet frem til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 26. september 2025 hvor figurmerket som ser slik ut, med søknadsnummer 202314089, ble nektet registrert for følgende varer:



Klasse 5: Farmasøytiske produkter til oftalmologisk bruk; Farmasøytiske preparater for forebygging og behandling av øyesykdommer og -tilstander; Legemidler; Farmasøytiske produkter og preparater; Kosttilskudd.

- 3 Varemerket ble nektet registrert fordi det ble ansett å være beskrivende og å mangle det nødvendige særpreg, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a og § 14 første ledd andre punktum.
- 4 Klage kom inn den 26. november 2025. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble oversendt til Klagenemnda for videre behandling den 5. januar 2026, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

5 Patentstyrets vedtak er i hovedtrekk begrunnet slik:

- Figurmerket er beskrivende og mangler særpreg for varene i klasse 5, og må dermed nektes registrert.
- Merket vil ikke oppfattes som en naturtro gjengivelse av et øye. Dette er imidlertid ikke nødvendig for at et figurmerke skal anses beskrivende. Det er tilstrekkelig at gjennomsnittsforbrukeren direkte og umiddelbart vil oppfatte figuren som en angivelse av egenskaper ved varene, jf. blant annet EU-rettens avgjørelse i sak T-335/15 (figurmerke av bodybuilder) avsnitt 20.
- Gjennomsnittsforbrukeren vil uten videre oppfatte merket som et forenklet øyeparti som viser et øye med øyelokk og øyebryn. Når merket benyttes for øyerelaterte farmasøytiske varer i klasse 5, vil gjennomsnittsforbrukeren umiddelbart oppfatte dette som en angivelse at de er ment til bruk på øynene. Det kreves ingen tankevirksomhet å utlede en slik forståelse. Det er ikke uvanlig at informative figurer er utformet på en forenklet og

stilisert måte. Merket beskriver derfor varenes formål, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a.

- Som følge av det beskrivende betydningsinnholdet vil merket bli oppfattet som informasjon om varene, og ikke som en angivelse av kommersiell opprinnelse. Merket oppfyller derfor ikke garantifunksjonen og mangler særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første ledd.
- Registrering i andre jurisdiksjoner tillegges ikke avgjørende vekt.

6 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Merket vil oppfattes som et kjennetegn for klager, og skal registreres uhindret av varemerkeloven § 14. Det bes om at Klagenemnda opphever Patentstyrets beslutning.
- Patentstyret har lagt til grunn en for streng distinktivitetsnorm, og later til å ha glemt at et minimum av distinktivitet er tilstrekkelig for registrering.
- Merket er ikke en naturtro gjengivelse av et «øye med øyelokk og øyebryn». Merket er en tegning av noe som oppfattes som en iris, samt to buede streker som kan oppfattes som øyebryn. De øvrige delene av et øye er ikke til stede, herunder øyelokk. Ikke engang gjengivelsen av irisen er naturtro. Selv en tegnet versjon av et øye vil fremstå helt annerledes enn dette merket.
- Det er ikke utenkelig at merket kan lede tankene til et øye som konsept, men dette gjør merket snarere suggestivt enn beskrivende. Klart suggestive og åpenbart særpregede merker kan i noen tilfeller gi et klart bilde av hvilken vare eller tjeneste som tilbys. Det at det er mulig å dedusere seg frem til informasjon om en vare eller tjeneste, ut fra merket, er ikke ensbetydende med at det er beskrivende i varemerkerettslig forstand.
- I henhold til sedvanlig registreringspraksis blir enkle geometriske utforminger som sammenstilling av sirkler, kvadrater, trekanten etc. godtatt for registrering.
- Merket er en figur med tydelig særpreg som er svært lett å huske, og som åpenbart er egnet til å oppfattes som en indikasjon på kommersiell opprinnelse.
- Merket er akseptert i samtlige europeiske land hvor det har blitt inngitt søknad, inkludert Storbritannia, Sveits og EU. Når et merke vurderes særpreget i resten av Europa, fremstår det underlig at ikke Patentstyret vektlegger dette i større grad. Det fremstår kuriøst om den norske forbrukeren skulle skille seg markant fra andre land, da det dreier seg om et rent figurmerke, slik at språklige og kulturelle forskjeller ikke spiller inn.

7 Klagenemndas vurdering:

8 Klagenemnda har kommet til samme resultat som Patentstyret.

- 9 Det aktuelle varemerket er et figurmerke slik det er gjengitt i avsnitt 2.
- 10 For at et varemerke skal kunne registreres, må de alminnelige registreringsvilkårene i varemerkeloven være oppfylt. Et varemerke kan ikke registreres dersom det utelukkende eller bare med uvesentlige endringer eller tillegg angir egenskaper ved varene, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a. I tillegg må merket oppfylle kravet til særpreg, jf. vilkåret i § 14 første ledd.
- 11 Ved tolkningen av varemerkeloven § 14 første og andre ledd skal det legges vekt på varemerkedirektivets ((EU) 2015/2436) ordlyd og formål, praksis fra EU-organene knyttet til direktivet, og de tilsvarende bestemmelsene i varemerkeforordningen (2017/1001). Høyesterett har uttalt dette i HR-2001-1049 GOD MORGON, og i senere avgjørelser HR-2016-1993-A PANGEA AS og HR-2016-2239-A ROUTE 66.
- 12 Formålet med å beskytte varemerker gjennom registrering, er særlig å sikre varemerkets garantifunksjon. Et varemerke skal fungere som garanti for kommersiell opprinnelse, slik at forbrukerne, uten fare for forveksling, kan skille én virksomhets varer og tjenester fra andres. Dette følger av fortalen til varemerkedirektivet punkt 16 og EU-domstolens avgjørelser i sakene C-39/97 Canon avsnitt 28 og C-299/99 Philips/Remington avsnitt 30.
- 13 Spørsmålet om et varemerke mangler særpreg eller er beskrivende, skal vurderes i relasjon til de varer eller tjenester merket er søkt registrert for, og utfra gjennomsnittsforbrukerens oppfattelse av merket, jf. EU-domstolens avgjørelse i sak C-273/05 P Celltech.
- 14 Gjennomsnittsforbrukeren for de aktuelle varene kan både være en privat sluttbruker og en profesjonell næringsdrivende, som en farmasøyt eller lege. Gjennomsnittsforbrukeren skal anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. sak C-210/96 Gut Springenheide. Oppmerksomhetsnivået er høyere enn normalt for legemidler. Dette har imidlertid ikke vært utslagsgivende i saken. Klagenemnda kan ikke se at fagkunnskap hos helsepersonell og økt oppmerksomhet blant det kjøpende publikum medfører at figurmerket lettere oppfattes som særpreget.
- 15 Rettspraksis viser at det må være en tilstrekkelig direkte og spesifikk forbindelse mellom varemerket og de aktuelle varene eller tjenestene, for at omsetningskretsen umiddelbart og uten nærmere ettertanke vil oppfatte merket som beskrivende, jf. for eksempel sak T-19/04 Paperlab avsnitt 25.
- 16 For at et tegn skal ha særpreg etter varemerkeloven § 14 første ledd, må det «ha evne til å tiltrekke seg en viss oppmerksomhet, og være av slik art at det er egnet til å feste seg i

erindringen til dem som møter merket i handelen», jf. HR-2005-1601 GULE SIDER avsnitt 42. Det oppstilles ikke et strengere krav til distinktivitet for rene figurmerker enn for andre typer varemerker. I vurderingen av om figurmerket innehar tilstrekkelig særpreg, er det dermed ikke et krav om at merket må være spesielt kreativt eller fantasifullt. Et minimum av særpreg er tilstrekkelig. Garantifunksjonen er oppfylt dersom det gjør gjennomsnittsforbrukeren i stand til å identifisere varenes og tjenestenes kommersielle opprinnelse og skille dem fra andre tilbyderes varer og tjenester.

- 17 Det følger av Underrettens avgjørelse i T-335/15 (figurmerke av bodybuilder) avsnitt 20 at “(...) there must be a sufficiently direct and specific relationship between the sign and the goods or services in question such as to enable the public concerned to perceive immediately, without further reflection, a description of the goods and services in question or one of their characteristics (...)”. Klagenemnda må dermed ta stilling til om gjennomsnittsforbrukeren umiddelbart og uten tankevirksomhet vil oppfatte figuren som beskrivende for varene i klasse 5.
- 18 Klagenemnda har kommet til at figurmerket er beskrivende og mangler særpreg.
- 19 Merket består av en sirkel med to buede linjer over. Sirkelen har en mindre svart sirkel i sentrum, og et skravert felt utenfor det svarte midtpunktet. Selv om det mangler en oval form som danner selve øyeåpningen, fremstår sirkelen som en gjengivelse av et øye, med pupill og iris. Linjene over sirkelen kan fremstå som et dobbelt øyenbryn, en markering av både øyelokk og øyenbryn, eller et enkelt øyenbryn med en dekorativ linje over, som har en liknende buet form. Etter Klagenemndas syn vil ikke gjennomsnittsforbrukeren reflektere noe videre over den ekstra buede linjen, og heller ikke feste seg ved denne. Som helhet vil merket umiddelbart oppfattes som et stilisert øyeparti.
- 20 Når merket benyttes for de aktuelle farmasøytiske varene i klasse 5, for eksempel på «farmasøytiske preparater for forebygging og behandling av øyesykdommer og -tilstander», vil gjennomsnittsforbrukeren direkte og umiddelbart oppfatte merket slik at produktene er ment til bruk på eller i øynene. Det vil ikke kreve noen tankevirksomhet fra gjennomsnittsforbrukerens side for å utlede at varene er ment for øyehelse. Figuren beskriver varenes formål og bruksområde, jf. § 14 andre ledd bokstav a.
- 21 Som en konsekvens av merkets beskrivende karakter, mangler det også særpreg som kjennetegn. Den samlede grafiske utformingen fremstår som en dekorativ og informativ gjengivelse av et øyeparti. Etter Klagenemndas syn består ikke merket av noen oppsiktsvekkende eller gjenkjennbare elementer som gjør at det vil tiltrekke seg oppmerksomhet og være egnet til å feste seg i erindringen til gjennomsnittsforbrukeren. Merket oppfyller dermed ikke garantifunksjonen som er varemerkers hovedformål, men mangler særpreg som kjennetegn, jf. varemerkeloven § 14 første ledd.
- 22 Det er ikke avgjørende at et øye/øyeparti kan tegnes eller gjengis på mange ulike måter; det at det finnes variasjonsmuligheter er ikke avgjørende for særpregsvurderingen. Se i

denne sammenheng Underrettens avgjørelse T-335/15 (figurmerke av bodybuilder) avsnitt 37.

- 23 I tillegg kan det nevnes at EUIPOs Board of Appeal fant at følgende stiliserte øyefigur mangler særpreg for medisinske varer til bruk for øyne i klasse 5, i avgjørelse R2002/2018-1 DEVICE OF A STYLISED EYE (fig):



- 24 Klager har vist til at merket er akseptert for registrering i andre europeiske jurisdiksjoner. Det at merket er akseptert i andre land er et relevant moment, men det har ikke fått avgjørende betydning i denne konkrete saken. Klagenemndas vurdering og konklusjon anses å være i samsvar med de rettslige normer som er oppstilt i rettspraksis fra EU og norsk rett. Den skjønnsmessige vurderingen kan falle ulikt ut i forskjellige land, og det er ikke uten videre et mål å oppnå like resultater i enkeltsaker. Det vises i denne forbindelse til Høyesteretts avgjørelse i HR-2001-1049 GOD MORGON og til lagmannsrettens uttalelser i LB-2022- 64395, Trustshop. Etter dette anser Klagenemnda rettsstilstanden for å være slik at selv om det rettslige og faktiske grunnlaget for registreringsavgjørelsene i det alt vesentlige skulle være likt, kan avgjørelsene fra andre jurisdiksjoner ikke tillegges avgjørende betydning.
- 25 På denne bakgrunn stadfestes Patentstyrets avgjørelse. Merket kan ikke registreres for de aktuelle varene i klasse 5, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a og § 14 første ledd andre punktum.

Det avsies slik

Slutning

Klagen forkastes.

Sarah Wennberg Svendsen
(sign.)

Mikkel Lassen Ellingsen
(sign.)

Ingeborg Råsberg
(sign.)