

ARREST (Tweede Kamer)

23 april 2024

in zaak C 2022/13

Tussen:

Schweizer Kapital Holding AG

En:

Champagne G.H. Martel et Cie

Procestaal: Nederlands

ARRÊT (Deuxième Chambre)

23 avril 2024

dans l'affaire C 2022/13

Entre :

Schweizer Kapital Holding AG

Et :

Champagne G.H. Martel et Cie

Langue de la procédure : le néerlandais

Arrest van 23 april 2024

in zaak C 2022/13

gewezen door de Tweede Kamer van het Benelux-Gerechtshof

Tussen:

Schweizer Kapital Holding AG, gevestigd te Zürich, Zwitserland,

verzoekende partij,

hierna: verzoekster,

vertegenwoordigd door R. Pouw, gemachtigde, gevestigd te Eindhoven,
Nederland,

en:

Champagne G.H. Martel et Cie, gevestigd te Épernay, Frankrijk,

verwerende partij,

hierna: verweerster,

vertegenwoordigd door Mr. K. Neefs, Mr. T. Baetens en Mr. S. de Potter,
advocaten, gevestigd te Mechelen, België.

A. Voorgaande procedure

- 1 Op 27 mei 2020 heeft Verzoekster een internationale aanvraag met aanduiding van de Benelux verricht van het woordmerk ARTEL (hierna ook: het Teken) voor de waren en diensten in de klassen 3, 25, 28, 29, 30, 31, 32, 33 en 45, hierna en voor zover van belang vermeld in punt 42.
- 2 De aanvraag is onder nummer 1543524 in behandeling genomen en gepubliceerd op 30 juni 2020 in de WIPO Gazette of International Marks 2020/29.
- 3 Op 30 september 2020 heeft Verweerster bij het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: het Bureau) oppositie ingesteld tegen inschrijving van het Teken voor waren in de klasse 32 en 33 gebaseerd op het Uniewoordmerk 6900518 "CHAMPAGNE G.H. MARTEL & CO.". De oppositie heeft het nummer 2016420.

Dit merk (hierna ook: het oudere Merk) is op 22 december 2008 ingeschreven met nummer 6900518 voor de hierna in punt 42 vermelde waren in de klasse 33.
- 4 Ter onderbouwing van de oppositie heeft Verweerster aangevoerd dat het Teken overeenstemt met het oudere Merk en betrekking heeft op waren en diensten die identiek zijn aan of overeenstemmen met de waren waarvoor het oudere Merk is ingeschreven en dat daardoor bij het publiek gevaar voor verwarring bestaat in de zin van artikel 2.2ter, lid 1, sub b, Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (merken en tekeningen of modellen) (hierna: het BVIE).
- 5 Verzoekster heeft verweer gevoerd. Zij heeft onder meer aangevoerd dat het oudere Merk in de periode van vijf jaar voorafgaand aan de datum van indiening van de merkaanvraag voor het Teken niet normaal is gebruikt in de zin van artikel 2.16bis juncto 2.23bis BVIE.
- 6 Het Bureau heeft de oppositie bij beslissing van 29 maart 2022 toegewezen en beslist dat het Teken niet wordt ingeschreven voor de aangevraagde waren in klasse 32 en 33 en wel wordt ingeschreven voor de waren en diensten waartegen de oppositie niet was gericht. Daartoe heeft het Bureau, beknopt weergegeven, overwogen dat er gevaar is voor verwarring, en dit op grond van het volgende :
 - het is bewezen door CHAMPAGNE MARTEL dat het oudere Merk, voor champagne, normaal is gebruikt in de relevante periode die loopt van 27 mei 2015 tot 27 mei 2020, rekening houdend met de bepalingen van de artikelen 2.16bis lid 1 en 2.23bis, lid 1 BVIE en met de indiening van het Teken op 27 mei 2020;
 - de waren van het Teken zijn deels gelijk aan (de 'alcoholische dranken, uitgezonderd bier'), deels overeenstemmend ('bieren' en 'alcoholhoudende preparaten voor de bereiding van dranken') en deels (minstens) in lichte mate overeenstemmend (de niet alcoholische dranken) met de waren van het oudere Merk;

- een begripsmatige vergelijking tussen het oudere Merk en het Teken is niet aan de orde; visueel en fonetisch zijn de merken in zekere mate overeenstemmend;
- het oudere Merk heeft een normaal onderscheidend vermogen;
- gezien de voornoemde bevindingen kan het publiek menen dat de bewuste waren afkomstig zijn van dezelfde of een economisch verbonden onderneming.

B. De procedure voor het Benelux-Gerechtshof

- 7 Verzoekster is tegen de beslissing van het Bureau in hoger beroep gekomen. Het verzoekschrift, met bijlagen, is op 27 mei 2022 bij het Benelux-Gerechtshof (hierna: het hof) binnengekomen. Verzoekster heeft het hof, samengevat, verzocht:
- de beslissing van het Bureau te vernietigen,
 - de oppositie alsnog af te wijzen,
 - te gelasten dat het Teken alsnog wordt ingeschreven voor alle aangevraagde waren,
 - de oppositie terug te verwijzen naar het Bureau voor heroverweging ervan, en
 - Verweerster te veroordelen in de kosten van de oppositie en het beroep.
- 8 Bij verweerschrift, met bijlagen, heeft Verweerster het verzoek bestreden en, samengevat, het hof verzocht deze zaak samen te voegen met de zaak met nummer C 2022/14, het door Verzoekster ingestelde hoger beroep af te wijzen en de beslissing van het Bureau te bekrachtigen, met veroordeling van Verzoekster in de kosten van het beroep.
- 9 Vervolgens heeft Verzoekster een conclusie van repliek ingediend, met bijlagen, en Verweerster een conclusie van dupliek, met bijlagen.
- 10 Bij gebreke van een verzoek tot mondelinge behandeling beslist het hof op basis van de schriftelijke stukken.
- 11 De procestaal is het Nederlands.

C. De gronden van het beroep en het verweer

- 12 Volgens Verzoekster zijn de overwegingen en de beslissing van het Bureau onjuist. Zij voert daartoe, beknopt weergegeven, het volgende aan:
- er is geen sprake van enige begripsmatige, visuele en fonetische overeenstemming tussen de merken en er is geen gelijksoortigheid tussen de waren van beide merken;
 - het relevante publiek is in staat het onderscheid te maken tussen het doelpubliek van Verzoekster, gericht op de beleving van kunst in combinatie met tijdelijke huisvesting als hotels en appartementen, daar waar Verweerster een champagnehuis is dat zich richt op champagne;

Verzoekster en Verweerster gebruiken niet dezelfde verkoopkanalen en de aangeboden waren bevinden zich niet gezamenlijk op menu- of drankkaarten; er is dus geen gevaar voor verwarring;

- het oudere Merk en het Teken stemmen in onvoldoende mate overeen.

13 Verweerster heeft hier, beknopt weergegeven, het volgende tegen aangevoerd:

- het relevante publiek is het algemene publiek met een laag aandachtsniveau, gelet op het gegeven dat het gaat om waren vrij beschikbaar in de supermarkt; marketing-en verkoopformules zoals die aangehaald door Verzoekster hebben daarbij geen belang;
- voor champagne geldt een laag tot hooguit gemiddeld aandachtsniveau bij dat publiek;
- de waren van klasse 33 (alcoholische dranken, wijnen en bier) zijn voor beide merken identiek;
- ook de waren van klasse 32 zijnde niet alcoholische dranken stemmen overeen met wijnen met de benaming van oorsprong champagne;
- de waren zijn dus deels identiek en deels overeenstemmend;
- er is minstens een gemiddelde visuele overeenstemming tussen het oudere Merk en het Teken, gelet op het centraal deel "MARTEL" in het oudere Merk en alle letters van het wordelement "ARTEL" in het Teken; er is een sterke fonetische overeenstemming tussen beide merken; geen van beide merken heeft een betekenis zodat de begripsmatige vergelijking niet aan de orde is; de gemiddelde consument van alcoholische dranken zal bij het zien van het Teken niet denken aan een samentrekking van "ART" en "HOTEL";
- aldus kan de consument voor beide merken menen dat de relevante waren van dezelfde of verbonden ondernemingen afkomstig zijn.

D. Beoordeling

Ontvankelijkheid

14 Het beroep is ingesteld in de vorm en binnen de termijn zoals bepaald in het BVIE. Verzoekster is dus ontvankelijk in haar verzoek.

Samenvoeging

15 Het hof wijst het verzoek van Verweerster tot samenvoeging van deze zaak overeenkomstig artikel 1.31 lid 1. van het Reglement op de Procesvoering met die gekend onder nr. C 2022/14 af. Voor deze zaken bestaat geen noodzaak ze samen te behandelen om tegenstrijdige uitspraken te vermijden. Het teken bedoeld in de zaak nr. C 2022/14 betreft ook een ander teken dan het hier bedoelde.

Juridisch kader 2.2ter, lid 1, sub b BVIE

16 Artikel 2.2ter, lid 1, sub b BVIE bepaalt:

“Een merk wordt wanneer daartegen oppositie wordt ingesteld niet ingeschreven (...) indien: (...) het gelijk is aan of overeenstemt met een ouder merk en betrekking heeft op gelijke of overeenstemmende waren of diensten en daardoor bij het publiek gevaar voor verwarring bestaat, ook wanneer die verwarring het gevolg is van associatie met het oudere merk.”

- 17 In een oppositieprocedure moet (anders dan in een inbreukzaak) worden onderzocht of er gevaar voor verwarring met het oudere Merk bestaat in alle omstandigheden waarin het Teken en het Merk zouden kunnen worden gebruikt.¹
- 18 Beoordeeld moet worden of het Teken en het oudere Merk zodanig overeenstemmen dat daardoor bij het relevante publiek directe of indirecte verwarring kan ontstaan. Daaronder wordt mede verstaan het gevaar dat het relevante publiek kan menen dat de betrokken waren of diensten afkomstig zijn van dezelfde onderneming of economisch verbonden ondernemingen.² Verwarringsgevaar mag niet op grond van een vermoeden worden aangenomen. Er moet sprake zijn van reëel verwarringsgevaar bij het relevante publiek.³
- 19 Het verwarringsgevaar moet globaal worden beoordeeld volgens de algemene indruk die het Teken en het oudere Merk bij het relevante publiek achterlaten, met inachtneming van alle relevante omstandigheden van het geval. Deze omstandigheden omvatten met name de mate van overeenstemming van de conflicterende tekens, de mate van overeenstemming van de betrokken waren en diensten, de mate van bekendheid van het oudere merk en de mate van - intrinsiek of door gebruik verkregen - onderscheidend vermogen van het oudere Merk.⁴
- 20 De globale beoordeling van het verwarringsgevaar veronderstelt een zekere onderlinge samenhang tussen de in aanmerking te nemen factoren, met name tussen de overeenstemming van de conflicterende tekens en de overeenstemming van de waren of diensten waarop zij betrekking hebben. Zo kan een geringe mate van overeenstemming van de betrokken waren of diensten worden gecompenseerd door een hoge mate van overeenstemming van het teken en het oudere merk, en omgekeerd.⁵ Een zekere mate van overeenstemming van het teken en het oudere Merk en een zekere mate van overeenstemming van de waren of diensten zijn echter cumulatieve voorwaarden.⁶

¹ HvJEU 12 juni 2008, C-533/06 (O2/Hutchison), ECLI:EU:C:2008:339, punt 66 en 67; HvJEU 15 maart 2007, C-171/06 P (T.I.M.E. Art/Leclerc), ECLI:EU:C:2007:171, punt 59.

² HvJEU 11 november 1997, C 251/95 (Sabel), ECLI:EU:C:1997:528, punt 16 en 18; HvJEU 29 september 1998, C 39/97 (Canon), ECLI:EU:C:1998:442, punt 29; HvJEU 22 juni 1999, C 342/97 (Lloyd Schuhfabrik Meyer), ECLI:EU:C:1999:323, punt 17.

³ HvJEU 22 juni 2000, C 425/98 (Marca Mode), EU:C:2000:339, punt 33.

⁴ HvJEU 4 maart 2020, C 328/18P (Equivalenza), ECLI:EU:C:2020:156, punt 57 en de daar genoemde rechtspraak.

⁵ HvJEU 4 maart 2020, C 328/18P (Equivalenza), ECLI:EU:C:2020:156, punt 59 en de daar genoemde rechtspraak.

⁶ HvJEU 4 maart 2020, C 328/18P (Equivalenza), ECLI:EU:C:2020:156, punt 60 en de daar genoemde rechtspraak.

21 Tegen deze achtergrond dient allereerst te worden onderzocht wat het in deze zaak relevante publiek is (hierna: het Relevante Publiek) en het aandachtsniveau daarvan en in welke mate het Teken en het oudere Merk in de perceptie van het Relevante Publiek visueel, fonetisch en begripsmatig overeenstemmen.

Het Relevante Publiek en het aandachtsniveau daarvan

22 Als uitgangspunt geldt dat het Relevante Publiek bestaat uit de gemiddeld geïnformeerde en omzichtige gewone consument van de betrokken waren en diensten.⁷

23 In een oppositieprocedure moet daarbij worden gekeken naar het publiek dat gewoonlijk afnemer is van de waren en/of diensten waarvoor de merken zijn ingeschreven en dus niet naar de waren en diensten waarvoor en de wijze waarop het teken en het oudere merk daadwerkelijk worden gebruikt of in de toekomst (waarschijnlijk) zullen worden gebruikt. Er moet immers (anders dan in een inbreukzaak) worden onderzocht of er gevaar voor verwarring met het oudere merk bestaat in alle omstandigheden waarin dit merk en het teken zouden kunnen worden gebruikt. Het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naar gelang van de soort waren of diensten waarom het gaat.⁸ Indien het relevante publiek bestaat uit verschillende categorieën consumenten met verschillende aandachtsniveaus, moet het publiek met het laagste aandachtsniveau als uitgangspunt worden genomen.⁹

24 De betrokken waren zijn in deze zaak waren in de klasse 32 en 33, zoals weergegeven in punt 42.

25 Verzoekster meent dat het Relevante Publiek voor deze waren niet het grote (algemene) publiek is maar de goed geïnformeerde en oplettende consument met een verhoogd aandachtsniveau. Daarbij betoogt zij dat champagne enkel bij bijzondere aangelegenheden en uitzonderlijk feestelijke gelegenheden gedronken wordt en dit door slechts een beperkt deel van het publiek. Het gaat volgens haar niet om courante gebruiksgoederen. Verzoekster stelt dat zij zich richt op een hoger publiek en de internationale “rich & famous” en op een cliënteel dat wil genieten van “ART” in combinatie met verblijf (“HOTEL”), vandaar het Teken “ARTEL”. Ook waar het Teken bier en niet-alcoholische dranken betreft, blijft het volgens Verzoekster gaan om de goed geïnformeerde en oplettende consument.

26 Volgens Verweerster gaat het daarentegen om het algemeen publiek met een laag aandachtsniveau. Zo zijn de dranken waarop het Teken betrekking heeft in de supermarkt te verkrijgen. Verweerster voert verder inzake de stelling van Verzoekster dat het gaat om een Teken te gebruiken voor een “high end”-publiek aan dat dit irrelevant is ter bepaling van het Relevante Publiek vermits geen rekening kan worden gehouden met het feitelijk gebruik van de merken, maar

⁷ HvJEU 22 juni 1999, C 342/97 (Lloyd Schuhfabrik Meyer), ECLI:EU:C:1999:323, punt 26.

⁸ HvJEU 22 juni 1999, C 342/97 (Lloyd Schuhfabrik Meyer), ECLI:EU:C:1999:323, punt 26.

⁹ Vgl. Gerecht EU 8 juli 2020, T 21/19 (Easystep), ECLI:EU:T:2020:310, punt 42.

enkel met de registergegevens. Ook voor de aankoop van champagne meent Verweerster dat het aandachtsniveau van het Relevante Publiek hooguit gemiddeld is.

- 27 Terecht betoogt Verweerster dat niet het feitelijk gebruik van het Teken, het beoogde doelpubliek van Verzoekster, of de intentie van gebruik van het Teken door Verzoekster maatgevend is ter bepaling van het Relevante Publiek, maar wel de waren waarvoor het Teken is ingeschreven. Het gegeven dat Verzoekster beoogt een zogenaamd “high end”-publiek te benaderen, en een publiek dat hotels, appartementen en vakantiehuisen bezoekt, is dus irrelevant.
- 28 De waren in de klassen 32 en 33 zijn gangbare consumptiegoederen die normaal verkrijgbaar zijn. Dit geldt ook voor de waar ‘champagne’ in klasse 33. Dat een publiek voor champagne in die mate merkbewust is dat het in het algemeen telkens zeer speciaal op zoek zou gaan naar een bijzonder merk (zodat het een hoog aandachtsniveau heeft), heeft Verzoekster niet aangetoond. Daarbij komt dat champagne niet alleen in speciaalzaken te koop is, maar ook in supermarkten en dat het wordt aangeboden in verschillende prijscategorieën. Het Relevante Publiek bestaat dan ook uit de normale consument met een laag tot gemiddeld aandachtsniveau. Het hof zal daarom het publiek met een laag aandachtsniveau als uitgangspunt nemen (zie punt 23).

Overeenstemming Teken en ouder Merk

- 29 Om de mate van overeenstemming van de conflicterende tekens te beoordelen, dient de mate van visuele, fonetische en begripsmatige overeenstemming ervan te worden bepaald. Daarbij dient geen rekening te worden gehouden met de omstandigheden waaronder de betrokken waren en diensten in de handel worden gebracht. Het gaat om een objectieve beoordeling van de intrinsieke kwaliteiten van de conflicterende tekens.¹⁰
- 30 De beoordeling dient gebaseerd te zijn op de totaalindruk die door teken en merk worden opgeroepen, daarbij rekening houdend met hun onderscheidende en dominerende bestanddelen. Daarbij speelt de perceptie van teken en merk door het relevante publiek een doorslaggevende rol. De gemiddelde consument neemt een teken/merk gewoonlijk waar als een geheel en let niet op de verschillende details ervan.¹¹
- 31 Het is mogelijk dat de totaalindruk die een teken/merk bij het relevante publiek nalaat, door een of meerdere bestanddelen ervan wordt gedomineerd.¹² Bestanddelen die niet beschrijvend zijn en bestanddelen met een groot onderscheidend vermogen zijn in het algemeen beter in staat om te domineren in

¹⁰ HvJEU 4 maart 2020, C 328/18P (Equivalenza), ECLI:EU:C:2020:156, punt 71-73.

¹¹ HvJEU 4 maart 2020, C 328/18P (Equivalenza), ECLI:EU:C:2020:156, punt 58 en de daar genoemde rechtspraak.

¹² HvJEU 12 juni 2007, C-334/05 P (Limonchello), ECLI:EU:C:2007:333, punt 41 en de daar genoemde rechtspraak.

de door het teken/merk opgeroepen totaalindruk dan bestanddelen die beschrijvend, of niet of zwak onderscheidend zijn.¹³

- 32 Beschrijvende bestanddelen mogen bij de vaststelling van de mate van overeenstemming tussen twee conflicterende tekens niet buiten beschouwing blijven. Het is mogelijk dat een beschrijvend bestanddeel in het totaalbeeld van een merk dominerend en het meest onderscheidend is.¹⁴ Wel geldt in het algemeen dat het publiek een beschrijvend bestanddeel van een samengesteld teken/merk niet zal beschouwen als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit teken/merk gewekte totaalindruk.¹⁵
- 33 Beide partijen voeren argumentatie over al dan niet aangenomen overeenstemming tussen oudere en jongere merken in eerdere beslissingen van het Bureau. Aan de door partijen aangehaalde zaken kunnen echter geen algemene uitgangspunten worden ontleend. Alle zaken dienen op de eigen merites te worden beoordeeld, waarbij de perceptie van het in die zaak relevante publiek in acht moet worden genomen.

Visuele overeenstemming

- 34 Het oudere Merk is een woordmerk dat bestaat uit meerdere woorden: "CHAMPAGNE G.H. MARTEL & CO.". Het bestanddeel "CHAMPAGNE" is beschrijvend, zodat dit woord in de visuele totaalindruk van het oudere Merk van ondergeschikte betekenis is. Het bestanddeel "& CO." is in de visuele totaalindruk ook van ondergeschikte betekenis, gelet op de plaatsing aan het einde, de geringe lengte en het weinig onderscheidende karakter van dit bestanddeel. Gelet op de geringe lengte van de letters "G.H." in het lange woordmerk, is ook dit bestanddeel van ondergeschikte betekenis. Het meest onderscheidende en (daarmee) dominante bestanddeel in het oudere Merk is het bestanddeel "MARTEL".
- 35 Het Teken is eveneens een woordmerk: "ARTEL". Het in het oudere Merk dominante woord "MARTEL" stemt in hoge mate overeen met het woord "ARTEL" in het Teken; alleen de letter "M" aan het begin ontbreekt. De wordelementen "CHAMPAGNE", "G.H." en "& CO." ontbreken echter in het Teken, hetgeen het Relevante Publiek zal opvallen aangezien het wordelement in het Teken daardoor aanmerkelijk korter is dan het oudere Merk. Gelet op deze bevindingen is het hof van oordeel dat het oudere merk en het Tekenvisueel in gemiddelde mate overeen stemmen.

¹³ HvJEU 12 juni 2019, C-705/17 (Hansson), ECLI:EU:C:2019:481, punt 53.

¹⁴ HvJEU 19 maart 2015, C-182/14 P (Mega Brands), ECLI:EU:C:2015:187, punt 34; HvJEU 19 november 2015, C-190/15 P (Solid Floor), ECLI:EU:C:2015:778, punt 26.

¹⁵ Vgl. Gerecht EU, 25 mei 2005, T-288/03 (Teletch Global Ventures), ECLI:EU:T:2005:177, punt 86; Gerecht EU, 3 juli 2003, T-129/01 (Budmen), ECLI:EU:T:2003:184, punt 53; BenGH 18 oktober 2019, C 2018/2 (Nutrilite/Nutrilife), r.o. 15; BenGH 18 oktober 2019, C 2018/8 (Voo Sport World/Sports World), r.o. 15; BenGH 15 juni 2022, C 2020/19 r.o. 26 en 33; BenGH 15 juni 2022, C 2020/20, r.o. 26 en 34.

Fonetische overeenstemming

- 36 Het hof neemt - anders dan Verzoekster - als uitgangspunt dat het Relevante Publiek het oudere Merk kortheidshalve alleen zal uitspreken als "G.H. MARTEL" of "MARTEL", omdat het een lang merk betreft dat in het begin een beschrijvend bestanddeel bevat en aan het einde een kort bestanddeel met een weinig onderscheidend karakter. Volgens het normale spraakgebruik in de Benelux zal het Nederlandstalige publiek dit uitspreken als "gé há martel", of "martel" met de klemtoon op de eerste lettergreep, of op de tweede lettergreep, zeker als het Nederlandstalige publiek in het oudere Merk een Franse herkomst vermoedt. Het Franstalige publiek zal het oudere Merk uitspreken als "gé ache martel", of "martel", met de klemtoon op de tweede lettergreep. Het Relevante Publiek zal het wordelement uit het Teken uitspreken als "artel", met dezelfde beklemtoning als hiervoor ten aanzien van het oudere Merk weergegeven.
- 37 Verzoekster stelt dat er een significant verschil is tussen de uitspraak "martel" en "artel", omdat:
- a) de uitspraak "martel" begint met een gesloten klank, terwijl het woord "MARTEL" met een open klank begint, en
 - b) de klemtoon in "MARTEL" rust op de tweede lettergreep, terwijl de klemtoon in "ARTEL" rust op de eerste lettergreep, vanwege de betekenis 'kunst'.

Er is naar het oordeel van het hof inderdaad enig verschil in de uitspraak van het woord "MARTEL" en het woord "ARTEL", vanwege de gesloten "m" klank van het eerste woord. Voor het overige stemt de uitspraak overeen. Dat het Relevante Publiek bij de uitspraak van het woord "ARTEL" de klemtoon zonder meer zal leggen op de tweede lettergreep volgt het hof niet, aangezien het Relevante Publiek in het woord "ARTEL" niet zonder meer een verwijzing naar 'kunst' zal zien. Het Relevante Publiek zal in het woord "ARTEL" een fantasiewoord zien (zie hierna in punt 39). Bij uitspraak van de letters "G.H." in "G.H. Martel" is ten slotte sprake van een wezenlijk verschil met de uitspraak van het woord "ARTEL", omdat dit opvallende beginklanken zijn.

- 38 Het hof besluit op grond van het voorgaande dat de beide merken fonetisch gemiddeld overeenstemmend zijn.

Begripsmatige overeenstemming

- 39 Het Relevante Publiek zal het Teken naar het oordeel van het hof niet opvatten als een samentrekking van het woord "art", in de zin van "kunst" en het woord "hotel", maar als een fantasieterm. Er is daarom geen sprake van begripsmatige overeenstemming.

Conclusie overeenstemming Teken en ouder Merk

40 Nu het Teken en het oudere Merk visueel en fonetisch in gemiddelde mate overeenstemmen, moet worden onderzocht of er sprake is van overeenstemming van de waren, en, indien dit het geval is, of er sprake is van verwarringsgevaar.¹⁶

Overeenstemming van de waren ?

41 Als uitgangspunt geldt dat bij de beoordeling van de overeenstemming van de betrokken waren rekening moet worden gehouden met alle relevante factoren die betrekking hebben op de verhouding tussen de waren en diensten waarvoor het teken en het oudere merk zijn gedeponeerd en ingeschreven, zoals de aard, de bestemming en gebruik (in het algemeen) en het concurrerende dan wel complementaire karakter ervan. Het gaat erom of tussen de te beoordelen waren of diensten zodanige punten van verwantschap bestaan dat, met inachtneming van de bestaande handelsgebruiken, te verwachten valt dat het relevante publiek aan die soort waren of diensten dezelfde herkomst zou kunnen toekennen.¹⁷ Van dezelfde waren of diensten zal in beginsel ook sprake zijn indien het teken is gedeponeerd voor waren of diensten die vallen binnen een ruimere aanduiding van waren en diensten dan waarvoor het oudere merk is ingeschreven, en omgekeerd.¹⁸

42 Het oudere Merk is ingeschreven voor de hieronder aan de linkerzijde vermelde waren, het Teken is gedeponeerd voor de hieronder aan de rechterzijde vermelde waren :

ouder Merk: CHAMPAGNE G.H. MARTEL & CO.	het Teken: ARTEL
	“Cl 32 Beers, non-alcoholic beverages, mineral and aerated waters; fruit beverages and fruit juices; syrups and other preparations without alcohol for making beverages”, vertaald als: Kl 32 Bieren; Niet-alcoholische dranken; Minerale en gazeuse wateren, Vruchtendranken en vruchtensappen; Siropen en andere niet-alcoholische preparaten voor de bereiding van dranken

¹⁶ HvJEU 24 maart 2011, C 552/09 P (Ferrero/BHIM), ECLI:EU:C:2011:177, punt 65 en 66 en de daar genoemde rechtspraak.

¹⁷ HvJEU 29 september 1998, C 39/97 (Canon), ECLI:EU:C:1998:442, punt 23 en 29.

¹⁸ Vgl. Gerecht EU 7 juni 2023, T-33/22 (Vallegre/Vinos de Porto), ECLI:EU:T:2023:316, punt 24 en de daar genoemde rechtspraak.

KI 33 Wijnen met de benaming van oorsprong champagne	“CI 33 Alcoholic beverages except beers; alcoholic preparations for making beverages”, vertaald als: KI 33 Alcoholische dranken, uitgezonderd bier; Alcoholhoudende preparaten voor de bereiding van dranken
--	--

- 43 De waren van klasse 32 stemmen in zoverre het gaat om bier in lage mate overeen met ‘Wijnen met de benaming van oorsprong champagne’ in klasse 33 (hierna: champagne). Weliswaar gaat het telkens om alcoholische dranken voor het grote publiek en worden zij genuttigd bij het zelfde soort gelegenheden, doch de basis ingrediënten van beide waren hebben niets gemeenschappelijk. De in beide waren voorkomende alcohol is geen ingrediënt voor de productie van deze dranken, maar wordt verkregen door een gans verschillend gistingsproces, dat uitgaat van geheel verschillende basisproducten (mout bij bier en druiven bij champagne). Daarbij komt dat het Relevante Publiek bier en champagne als onderscheiden waren ziet en weet dat bieren en champagnes normaliter van verschillende ondernemingen afkomstig zijn. Het Relevante Publiek zal dus niet verwachten dat bier en champagne van dezelfde ondernemingen afkomstig zijn. Wel kunnen bier en champagne tot op zekere hoogte aan dezelfde behoeften voldoen, zodat zij in zekere mate substitueerbaar zijn en met elkaar concurreren. Het hof concludeert dat de overeenstemming tussen bier en champagne laag is.¹⁹
- 44 Nu champagnes vallen binnen de ruimere aanduiding van de waren waarvoor het Teken is ingeschreven in klasse 33 (zijnde onder meer alcoholische dranken in het algemeen), worden die waren als identiek beschouwd (zie punt 41).
- 45 De in klasse 32 genoemde andere niet-alcoholische dranken, water, vruchtendranken, siropen en niet-alcoholische preparaten, zijn naar het oordeel van het hof niet overeenstemmend met die van klasse 33 van het oudere Merk. Genoemde waren verschillen naar hun aard, doordat eerstgenoemde waren geen alcohol bevatten en laatstgenoemde waren wel. Het Relevante Publiek zal zich hier bij het maken van keuzes van bewust zijn. Deze dranken dienen eerder voor het lessen van dorst dan voor het savoureren ervan en worden dagelijks genuttigd. Daarenboven is het drinken van in het bijzonder water een eerste levensbehoefte. Er is geen daadwerkelijke inwisselbaarheid van de hier genoemde waren in klasse 32 en champagne. Deze waren worden doorgaans op een verschillende manier en met verschillende marketingtechnieken in de markt geplaatst. Zij worden op menukaarten van elkaar gescheiden aangeboden. Zij worden weliswaar in supermarkten in aangrenzende afdelingen, maar niet in dezelfde afdelingen verkocht. Ook zal het Relevante Publiek niet zonder meer

¹⁹ Vgl. Gerecht EU 18 juni 2008, T-175/06, ECLI:EU:T:2008:212 (Mezzopane), r.o. 70.

aannemen dat de niet-alcoholische dranken van klasse 32 van dezelfde producenten afkomstig zijn als champagne.²⁰

- 46 De conclusie luidt gesteld dat de waren van het Teken deels identiek (klasse 33 van het Teken), deels in lage mate overeenstemmend (voor bieren bedoeld in klasse 32 van het Teken) en deels verschillend (voor de overige dranken bedoeld in klasse 32 van het Teken) zijn met die van het oudere Merk.

Onderscheidend vermogen ouder Merk

- 47 Het onderscheidend vermogen van het oudere Merk is een belangrijke factor in de beoordeling van het bestaan van gevaar voor verwarring. Merken die hetzij van huis uit, hetzij wegens hun bekendheid op de markt een sterke onderscheidingskracht hebben, genieten een ruimere bescherming dan merken met een geringe onderscheidingskracht. Het grotere onderscheidend vermogen van het oudere Merk kan een doorslaggevende factor zijn bij de vaststelling van gevaar voor verwarring wanneer de overeenstemming van de conflicterende tekens en/of de waren en diensten gering is. Wanneer het onderscheidend vermogen van het oudere Merk gering is, kan dat een factor zijn die tegen gevaar voor verwarring spreekt.²¹

- 48 In het oudere Merk komt het beschrijvende bestanddeel "CHAMPAGNE" voor, maar de overige bestanddelen, waaronder het dominante bestanddeel "MARTEL", hebben geen aan de waren gerelateerde betekenis. Het oudere Merk heeft dus intrinsiek onderscheidend vermogen. Dat het oudere Merk bestaat naast het merk "MARTEL", voor onder meer wijnen in de klasse 33 wel enigszins afbreuk aan het onderscheidend vermogen van het oudere Merk. Het onderscheidend vermogen van het oudere Merk, op zich niet in het bijzonder beargumenteerd door partijen, wordt al met al door het hof beoordeeld als gemiddeld.

Verwarringsgevaar tussen het Teken en het oudere Merk?

- 49 Bij de beoordeling van de vraag of het oudere Merk en het Teken zodanig overeenstemmen dat daardoor bij het in aanmerking komende publiek van de desbetreffende waren directe of indirecte verwarring kan ontstaan – waaronder is te verstaan het gevaar dat het publiek kan menen dat de betrokken waren van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen, afkomstig zijn – moet in aanmerking worden genomen dat het verwarringsgevaar globaal dient te worden beoordeeld volgens de algemene indruk die het teken en de Merken bij de gemiddelde consument van de betrokken waren in casu het grote publiek, achterlaten, met inachtneming van de relevante omstandigheden van het geval, zoals de onderlinge samenhang tussen de overeenstemming van het oudere Merk en het Teken en de soortgelijkheid van

²⁰ Vgl. Gerecht EU 22 september 2021, T-195/20 (Chic Barcelona), ECLI:EU:T:2021:601, punt 42 en de daar aangehaalde jurisprudentie.

²¹ HvJEU 29 september 1998, C 39/97 (Canon), ECLI:EU:C:1998:442, punt 18, 19 en 24.

de betrokken waren en het onderscheidend vermogen van de Merken. Er dient sprake te zijn van reëel verwarringsgevaar.

- 50 Onterecht betoogt Verzoekster dat het onderdeel van het oudere Merk dat duidt op champagne of - gelet op de in het oudere Merk vervatte familienaam - op een familiehuis dat champagne op de markt brengt, in die mate dominant is dat geen verwarringsgevaar zal bestaan bij het Relevante Publiek. Het hof verwijst naar punten 34 en 37.
- 51 Voor de waren van de klasse 33 is sprake van een reëel verwarringsgevaar omdat het Relevante Publiek kan menen dat onder het Teken verkochte waren van klasse 33 van Verweerster of een aan Verweerster economisch verbonden onderneming afkomstig zijn. Dit reëel verwarringsgevaar bestaat gelet op de hiervoor beschreven mate van overeenstemming tussen het oudere Merk en het Teken en tussen de relevante waren, in aanmerking genomen het gegeven dat het Relevante Publiek een laag aandachtniveau heeft en het oudere Merk een gemiddeld onderscheiden vermogen heeft.
- 52 Naar het oordeel van het hof is voor de waren van de klasse 32 in zoverre het bier betreft, eveneens sprake van een reëel verwarringsgevaar. Hoewel de waren bier en champagne in geringe mate overeenstemmen en het niet gangbaar is dat champagne en niet-alcoholische dranken door dezelfde fabrikanten worden aangeboden, stemmen het oudere Merk en het Teken zodanig overeen dat het Relevante Publiek, in aanmerking genomen het onderscheidend vermogen van het oudere Merk en het lage aandachtniveau van het Relevante Publiek, toch kan menen dat onder het Teken verkochte bieren in de klasse 32 van Verweerster of een aan Verweerster economisch verbonden onderneming afkomstig zijn.
- 53 Voor de overige, niet alcoholische, dranken begrepen in de klasse 32 bestaat naar het oordeel van het hof geen reëel direct of indirect verwarringsgevaar tussen het oudere Merk en het Teken. Er is weliswaar sprake van een gemiddelde mate van visuele en fonetische overeenstemming tussen Merk en Teken, maar de waren waarvoor het oudere Merk is ingeschreven verschillen van niet alcoholische dranken begrepen in de klasse 32. In aanmerking genomen dat het niet gangbaar is dat champagne en niet-alcoholische dranken door dezelfde fabrikanten worden aangeboden, het gemiddelde onderscheidend vermogen van het oudere Merk en het lage aandachtniveau van het Relevante Publiek, valt gelet daarop niet te verwachten dat het Relevante Publiek zal menen dat de onder het Teken aangeboden niet-alcoholische dranken begrepen in waren van de klasse 32 van Verweerster of een aan Verweerster economisch verbonden onderneming afkomstig zijn.

Conclusie

- 54 De conclusie luidt dat hoger beroep gedeeltelijk slaagt. Het hof bevestigt deels de bestreden beslissing en wijzigt ze deels zoals gedaan in het dispositief van deze beslissing.

Proceskosten beroep

55 Nu partijen over en weer op punten in het (on)gelijk zijn gesteld, beslist het hof dat iedere partij zijn eigen kosten draagt.

E. Beslissing

Het Benelux-Gerechtshof, Tweede Kamer, op tegenspraak:

- wijst het verzoek tot samenvoeging van deze zaak met de zaak met nummer 2022/14 af;
- vernietigt de beslissing van het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom van 29 maart 2022, voor zover daarin is beslist dat de oppositie slaagt voor de volgende waren van de klasse 32 : Niet-alcoholische dranken; Minerale en gazeuse wateren; Vruchtendranken en vruchtensappen; Siropen en andere niet-alcoholische preparaten voor de bereiding van dranken,
- wijst de oppositie van CHAMPAGNE G.H. MARTEL ET CIE af voor de volgende waren in klasse 32 : Niet-alcoholische dranken; Minerale en gazeuse wateren Vruchtendranken en vruchtensappen; Siropen en andere niet-alcoholische preparaten voor de bereiding van dranken,
- bepaalt dat de aanvraag eveneens wordt ingeschreven in de Benelux voor de volgende waren in klasse 32: Niet-alcoholische dranken; Minerale en gazeuse wateren; Vruchtendranken en vruchtensappen; Siropen en andere niet-alcoholische preparaten voor de bereiding van dranken;
- bepaalt dat iedere partij zijn eigen kosten draagt.

Dit arrest is gewezen door Th. Schiltz, president, J.I. de Vreese-Rood, rechter, en C. Vanderkerken, rechter.

Het is uitgesproken in Luxemburg ter openbare terechtzitting van 23 april 2024 door Th. Schiltz, voornoemd, in aanwezigheid van A. van der Niet, griffier, overeenkomstig artikel 1.60, lid 2, van het Reglement op de procesvoering.

A. van der Niet
Griffier

Th. Schiltz
President