

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
(voorheen Benelux-Merkenbureau)

BESLISSING inzake OPPOSITIE

van 20 juli 2007

N° 2000278

Opposant:

B & Q PLC

Portswood House 1
Hampshire Corporate Park Chandlers Ford
SO53 3YX Eastleigh
Verenigd Koninkrijk

Gemachtigde:

Shield Mark

Postbus 75683
1070 AR Amsterdam
Nederland

Merken:

Ingeroepen recht 1: Europese inschrijving 1037324 B & Q
Ingeroepen recht 2: Europese inschrijving 870907 B & Q
Ingeroepen recht 3: Europese inschrijving 1993450 B & Q

tegen

Verweerder:

Bubbles & Co BVBA

Karel de Stoutelaan 30-32
8000 Brugge
België

Gemachtigde:

K.O.B. NV

President Kennedypark 31c
8500 Kortrijk
België

Betwiste merk:



(Benelux depot 1104746)

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten



1. Op 21 februari 2006 heeft verweerder een aanvraag voor het woord-/beeldmerk ingediend voor de waren en diensten in de klassen 11, 35 en 37. De aanvraag is onder depotnummer 1104746 in behandeling genomen. Deze aanvraag is gepubliceerd op 27 februari 2006.
2. Op 28 april 2006 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op de volgende eerdere Europese woordmerken:
 - Europese inschrijving 1037324 B & Q, ingediend op 7 januari 1999 voor de waren en diensten in de klassen 9, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 en 42
 - Europese inschrijving 870907 B & Q, ingediend op 7 juli 1998 voor de waren in de klassen 2, 6, 7, 8, 11, 20 en 27
 - Europese inschrijving 1993450 B & Q, ingediend op 8 december 2000 voor de waren en diensten in de klassen 31 en 35
3. De opposant is de houder van de ingeroepen rechten zoals blijkt uit het register. De oppositie is ter kennis gebracht van de verweerder op 3 mei 2006.
4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren en diensten van de betwiste aanvraag tot inschrijving.
5. De oppositie is gebaseerd op alle waren en diensten van de ingeroepen rechten.
6. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14, lid 1, sub a van het Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (hierna "BVIE") (voorheen artikel 6quater, lid 1, eerste streepje van de Eenvormige Beneluxwet op de merken (hierna "BMW")).
7. De proceduretaal is het Nederlands.

B. Verloop van de procedure

8. Op 3 juli 2006 verzoeken partijen gezamenlijk om een opschorting van de oppositieprocedure, de cooling-off wordt verlengd met 2 maanden.
9. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 4 september 2006. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna "het Bureau") heeft op 12 september 2006 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden.
10. Elke partij heeft haar opmerkingen ingediend binnen de door het Bureau gestelde termijnen.

11. Op 4 oktober 2006 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze argumenten zijn op 25 oktober 2006 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 25 december 2006 is gegeven om hierop te reageren en eventueel bewijzen van gebruik te vragen.

12. Op 22 december 2006 heeft de verweerder argumenten ingediend. Deze zijn op 15 januari naar de opposant gezonden.

13. Het Bureau is van mening dat het over voldoende gegevens beschikt om over de oppositie te kunnen beslissen.

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

14. De opposant dient met toepassing van artikel 2.14, lid 1, sub a BVIE (voorheen artikel 6quater, lid 1 van de BMW) een oppositie bij het Bureau in, overeenkomstig de bepalingen van artikel 2.3, sub b BVIE (voorheen artikel 3, lid 2, punt b BMW): verwarringsgevaar omwille van de overeenstemming van de betrokken tekens en van de (soort)gelijkheid van de waren of diensten van de merken in kwestie.

15. Opposant voert aan dat de tekens overeenstemmen op auditief en visueel vlak en dat de waren en diensten identiek dan wel soortgelijk zijn aan de registraties van opposant. Hierdoor bestaat er gevaar voor (indirecte) verwarring bij de consument.

16. Verweerder betwist dat de merken overeenstemmen. De merken van opposant zijn allen woordmerken en bestaan uit elementen met een zeer zwak onderscheidend karakter voor de klassen 11, 35 en 37, terwijl het merk van verweerder een beeldmerk is dat duidelijk wordt gekenmerkt en gedomineerd door de figuratieve elementen. Bovendien is verweerder van oordeel dat de merken auditief, visueel en conceptueel niet overeenstemmen. Ook de waren en diensten verschillen, ze hebben een andere aard, bestemming en een ander gebruik. Ze spreken een andere doelgroep aan en zijn niet concurrerend.

III. BESLISSING

A. Ontvankelijkheid van de oppositie

17. De oppositietaks is voldaan overeenkomstig de reglementaire bepalingen.

18. De oppositie is ingediend binnen de voorgeschreven termijn en in overeenstemming met de voorgeschreven vormvereisten en overige voorwaarden.

19. Bijgevolg is de oppositie ontvankelijk.

B. Ten gronde

Verwarringsgevaar

20. Overeenkomstig artikel 2.14, lid 1 BVIE kan de deposant of houder van een ouder merk, binnen een termijn van twee maanden, te rekenen vanaf de eerste dag van de maand volgende op de publicatie van het depot, schriftelijk oppositie instellen bij het Bureau tegen een merk dat:

- a. in rangorde na het zijne komt, overeenkomstig de bepalingen in artikel 2.3, sub a en b, of
- b. verwarring kan stichten met zijn algemeen bekende merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

21. Artikel 2.3, sub a en b BMW bepaalt: *"Bij de beoordeling van de rangorde van het depot wordt rekening gehouden met de op het tijdstip van het depot bestaande en ten tijde van het geding gehandhaafde rechten op:*

- a. gelijke, voor dezelfde waren of diensten gedeponeerde merken;*
- b. gelijke of overeenstemmende, voor dezelfde of soortgelijke waren of diensten gedeponeerde merken, indien bij het publiek verwarring, inhoudende de mogelijkheid van associatie met het oudere merk, kan ontstaan."*


22. Volgens de rechtspraak van het HvJEG over de uitlegging van richtlijn 89/104/EEG van de Raad van 21 december 1988 betreffende de aanpassing van het merkenrecht der lidstaten (hierna: "de Richtlijn") is er sprake van verwarringsgevaar wanneer het publiek kan menen dat de betrokken waren of diensten van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn (arresten HvJEG, Canon Kabushiki Kaisha tegen Metro-Goldwyn-Mayer Inc., zaaknr. C-39/97, 29 september 1998; Lloyd Schuhfabrik Meyer, zaaknr. C-342/97, 22 juni 1999; zie ook o.a. BenGH, zaaknr. A 98/3, Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges, 2 oktober 2000; BenGH, zaaknr. A 98/5, Marca Mode/Adidas, 7 juni 2002; Hoge Raad der Nederlanden, nr. C02/133HR, Flügel-flesje, 14 november 2003).

Vergelijking van de tekens

23. De globale beoordeling van het verwarringsgevaar dient wat de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkenis van de tekens betreft te berusten op de totaalindruk die door de merken wordt opgeroepen, daarbij onder meer rekening houdend met hun onderscheidende en dominerende bestanddelen.

24. Blijkens de formulering van artikel 4, lid 1, sub b, van de richtlijn (vgl. artikel 2.14, lid 1 BVIE juncto artikel 2.3, sub b BVIE), dat *"bij het publiek verwarring kan ontstaan, inhoudende de mogelijkheid van associatie"*, speelt de indruk die bij de gemiddelde consument van de betrokken soort waren of diensten achterblijft, een beslissende rol in de globale beoordeling van het verwarringsgevaar. De gemiddelde consument neemt een merk gewoonlijk als een geheel waar en let niet op de verschillende details ervan (HvJEG, *Sabel-Puma*, zaaknr. C-251/95, 11 november 1997).

25. De te vergelijken tekens zijn de volgende :

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
B & Q	

Visuele vergelijking

26. Het ingeroepen recht is een woordmerk.

27. Het merk waartegen oppositie ingesteld wordt, is een gecombineerd woord- en beeldmerk. Dit woord- en beeldmerk bestaat uit de wordelementen "B & Co" geplaatst op een zilvergrijze ellips met blauw-bruine achtergrond. Bij samengestelde tekens (woord- en beeldelement) heeft het wordelement vaak een grotere impact op de consument dan het beeldelement. Reden hiervoor is dat het publiek de tekens niet steeds analyseert en vaak naar het teken verwijst door gebruik te maken van het wordelement. In tegenstelling tot hetgeen verweerder poneert, is dit in casu niet anders. Het wordelement B & Co is het dominante bestanddeel van het samengestelde teken.

28. Beide tekens bestaan uit drie korte delen, enerzijds B - & - Q en anderzijds B - & - Co. De ingeroepen rechten bestaan uit drie karakters, het betwiste teken uit vier. De eerste twee karakters zijn in beide gevallen identiek. Zowel de derde letter van de merken, als de derde letter van het teken vertonen rondingen, waardoor ook deze visueel geen grote verschillen vertonen.

29. Hoewel het hier, zoals reeds vermeld, om relatief korte merken gaat, waarbij in beginsel de regel geldt dat de verschillen sneller zullen opgemerkt worden, mag niet uit het oog verloren worden dat bij (overwegend) verbale merken of merken waarbij het wordelement dominant is, het eerste gedeelte over het algemeen het gedeelte is dat voornamelijk de aandacht van de consument trekt. Hierbij dient rekening te worden gehouden met de specifieke omstandigheden van het geval; het betreft twee korte merken, de ingeroepen rechten bestaan uit drie karakters, terwijl het betwiste teken uit vier karakters bestaat. De eerste twee tekens vormen het identieke gedeelte. Dit identieke gedeelte zal dan ook duidelijker herinnerd worden dan de rest. In dergelijke gevallen heeft het eerste gedeelte een omvangrijke invloed op de beoordeling van de totaalindruk van het merk. De toevoeging van de ellips is niet van dien aard dat afbreuk wordt gedaan aan de grote visuele overeenkomst. Het publiek zal dit als een ondergeschikt versieringselement opvatten dat niet in de herinnering beklijft.

30. De tekens vertonen vanuit visueel opzicht een meer dan gemiddelde overeenstemming.

Fonetische vergelijking

31. Beide tekens beginnen met de letter B gevolgd door een ampersand (&) en bestaan uit drie lettergrepen. De eerste twee lettergrepen zijn identiek en de derde lettergreep is sterk gelijkend, aangezien de klank van deze laatste lettergreep bij beiden begint met de [k], respectievelijk [ku] en [ko]. Enkel de eindklank van de merken verschilt.

32. De tekens zijn in fonetisch opzicht sterk overeenstemmend.

Begripsmatige vergelijking

33. De betrokken tekens hebben geen specifieke betekenis. Het betreft hoogstwaarschijnlijk afkortingen. Dit is zeker het geval voor "Co" in het betwiste teken. Dit is de gebruikelijke afkorting van het Engelse woord *company* of in het Frans *compagnie* en zal door het in aanmerking komend publiek ook als dusdanig begrepen worden.

34. Vanuit begripsmatig oogpunt hebben zowel de ingeroepen rechten als het betwiste teken in hun geheel geen semantische betekenis.

Conclusie

35. De tekens stemmen visueel en fonetisch sterk overeen en hebben geen van allen een begripsmatige betekenis.

Vergelijking van de waren en diensten

36. Teneinde te beslissen of de waren en diensten in kwestie soortgelijk zijn moet bij de beoordeling van de soortgelijkheid van de betrokken waren of diensten rekening worden gehouden met alle relevante factoren die de verhouding tussen de waren of diensten kenmerken. Dat zijn onder meer hun aard, bestemming en gebruik, maar ook het concurrerend dan wel complementair karakter ervan (HvJEG, arrest *Canon*, reeds geciteerd).

37. De opposant baseert zich op alle waren en diensten van de ingeroepen rechten. Vanuit proceseconomisch standpunt en gezien de onderlinge identiteit van de drie ingeroepen rechten heeft het Bureau bij de vergelijking van de waren en diensten deze voor wat de ingeroepen rechten betreft gegroepeerd in één lijst.

38. De oppositie is tegen alle waren en diensten uit de klassen 11, 35 en 37 van het betwiste teken gericht.

39. Bij vergelijking van de waren en diensten worden de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag en dit over de administratieve indeling in klassen heen.

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
<p>KI 02 Verven, pigmenten, vernissen; lakken; kleurstoffen voor hout; roestwerende middelen en houtconserveermiddelen; conserveermiddelen voor metaal; kleurstoffen; natuurlijke harsen; metalen folie en poeders, allemaal voor schilders en decorateurs, verdunners voor verven en voor coatings; stopverf; kleurstoffen; emallakken.</p>	
<p>KI 06 Kentekenplaten; zwembaden (constructies); gootstenen, bouwstructuren voor gebruik in de land- of tuinbouw, bouwmaterialen en bouwelementen, pijpen en buizen (geen boilerleidingen of machineonderdelen), stroken, vellen, gegoten delen, kabels (niet-elektrisch), draden (niet-elektrisch of smeltdraden), brandkasten, geldkisten, metalen voor het lassen en solderen, sleutelringen, gegoten sleutels, ladders, posten, hekken, deurmatten, roosters voor deuren en accessoires voor meubelen, allemaal van onedel metaal, bellen, tanks, sloten, gereedschapshouders, sleutels en artikelen van ijzerwaren; onderdelen en accessoires voor alle voornoemde goederen.</p>	
<p>KI 07 Elektrische gereedschappen; machines en pompen, allemaal voor land-, tuin- en bouwkundige doeleinden, decoratie, loodgieterij, elektrische toevoer, houtbewerking, metaalbewerking, pottenbakkerswaren en onderhoud van voertuigen, elektrische reinigingsmachines, was- en schuurmachines; onderdelen en accessoires voor alle voornoemde goederen.</p>	
<p>KI 08 Handgereedschappen en -instrumenten; onderdelen en accessoires voor de voornoemde goederen.</p>	
<p>KI 09 Videocassettes, software voor de versiering, installatie en het ontwerp van huis en tuin; uitgaven in elektronische vorm on line geleverd vanuit databases en websites op het Internet, telefoon-, meet- en controle- (inspectie-) -toestellen en -instrumenten; brandblusapparaten; kledingstukken ter bescherming tegen ongevallen of letsels; elektrische leidingen; kabels en verbindingstukken, wandcontactdozen en stekkers; meettoestellen; onderdelen en accessoires voor alle voornoemde goederen.</p>	
<p>KI 11 Installaties en apparatuur, allemaal voor verlichtings-, verhittings-, kook-, droog-, koel-, ventilatie-, waterleidings- en sanitaire doeleinden; onderdelen en accessoires voor alle voornoemde goederen.</p>	<p>KI 11 Sanitaire installaties, alsmede hun onderdelen, voor zover begrepen in deze klasse.</p>
<p>KI 20 Artikelen geheel of grotendeels van niet-metalen materialen voor huishoudelijk gebruik of voor land-, tuin- en bouwkundige doeleinden en decoratie, gordijnrails, planken en meubelen, zonneschermen met lamellen, jaloezieën en rolluiken, allemaal van hout of van niet-textiele plastic materialen, werkbanken; onderdelen en accessoires voor alle voornoemde goederen.</p>	

<p>KI 27 Bedekkingen en bekledingen, allemaal voor bestaande vloeren, behang en bekledingen, allemaal van niet-textiele plastic materialen voor bestaande muren en voor bestaande plafonds, tegels van linoleum of aanverwant materiaal, voor vloeren of muren, matten.</p>	
<p>KI 31 Land-, tuin-, en bosbouwproducten; granen; zaden; levende planten, bloemen, voedingsmiddelen voor dieren.</p>	
<p>KI 35 Detailhandelsdiensten; detailhandel op het gebied van een winkel voor doe-het-zelf, bouw, tuinbouw en tuinieren; detailhandel op het gebied van woningverbouwing en -verfraaiing, waaronder, maar niet beperkt tot de installatie van keukens, badkamers, serres en slaapkamers, bouwmaterialen, tuinbouwmaterialen en tuinieruitrustingen; detailhandel voor goederen aangekocht uit een catalogus voor algemene handelswaar via postorder of door middel van telecommunicatie; detailhandel voor goederen besteld vanaf een Internetwebsite; boekhouding, verzameling van informatie in computerdatabases, demonstratie van goederen, verspreiding van reclamemateriaal, verspreiding van reclameboodschappen, verspreiding van monsters, organisatie van tentoonstellingen voor commerciële of reclamedoeleinden, uitgave van reclameteksten, televisiereclame, kostprijsanalyse; hulp bij de leiding van zaken, verkoop promotie (voor derden); bijstand bij het leiden van handelsondernemingen.</p>	<p>KI 35 Import en export; het zakelijk bemiddelen en adviseren bij de aankoop en het verhandelen van producten als genoemd in klasse 11; beheer van commerciële zaken; publiciteit, advertentiebemiddeling en reclame met name betrekking hebbende op de producten genoemd in klasse 11 en de diensten in klasse 37.</p>
<p>KI 36 Financiële diensten en diensten voor de verschaffing van kredieten; financiële informatie; overmaking van elektronische fondsen.</p>	
<p>KI 37 Installatie van keukens, badkamers en slaapkamers; installatiewerkzaamheden voor keuken- en badkamergerief; installatie van inrichting en toebehoren voor huis en tuin, isolatiewerkzaamheden, diensten op het gebied van verwarmingsinstallaties, advisering met betrekking tot huisversiering, pleisterwerken, loodgieterij, behangerswerkzaamheden, schilderswerkzaamheden, bouwkundige diensten en vernissen.</p>	<p>KI 37 Bouw; aanleg, installatie, reparatie, herstel en onderhoud betrekking hebbende op de producten genoemd in klasse 11; diensten van een tegelzetterij; aanleg, installatie, onderhoud en reparatie van verwarmings-, ventilatie-, koel- en sanitaire installaties; loodgieterswerk en installatie van gas- en watervoorzieningen.</p>
<p>KI 38 Elektronische verzending van boodschappen, communicatie via computerterminals en netwerken voor een groot gebied; overbrenging van boodschappen.</p>	
<p>KI 39 Opslag, parkeerterreinen, distributie van goederen in het algemeen en per postorder, vervoer van meubelen, emballage en verpakking van goederen.</p>	
<p>KI 40 Het mengen en behandelen van verven.</p>	
<p>KI 41 Onderwijs, opleiding en opvoeding met betrekking tot verbeteringen aan huizen, het bouwen van huizen en het versieren van huizen, praktische training en demonstraties met betrekking tot verbeteringen aan huizen, loodgieterij en elektrische vaardigheden, het organiseren en houden van workshops, diensten op het gebied van huisverbeterings- en -bouwclubs.</p>	
<p>KI 42 Computerprogrammering, interieurontwerp, cafetaria's, computerondersteunde vormgeving van ontwerpen, tuinieren en tuinarchitectuur, tuinbouw, gazononderhoud, raadgeving op het gebied van beveiliging; huisontwerp.</p>	

Klasse 11

40. De waren in klasse 11 van het betwiste teken zijn volledig begrepen in de waren van het ingeroepen recht. De waren in klasse 11 zijn aldus identiek.

Klasse 35

41. Verweerder stelt dat het merk van opposant duidelijk bedoeld is voor producten die aangeboden zullen worden aan professionele verdelers en verkopers, terwijl het merk van verweerder gericht is op de gemiddelde consument. Dit blijkt echter niet duidelijk uit het depot. Uit de bewoordingen van klasse 35 van het betwiste teken *"het zakelijk bemiddelen en adviseren bij het verhandelen van producten als genoemd in klasse 11; advertentiebemiddeling met name betrekking hebbende op de producten genoemd in klasse 11 en de diensten in klasse 37"* kan dit niet worden afgeleid en zou men zelfs kunnen vermoeden dat verweerder zich voornamelijk richt op groothandelsdiensten en bijstand aan detailhandelaars, daar waar de diensten van de opposant zich richten op de detailhandel zelf. Desalniettemin komt het wel vaker voor dat groothandels- en kleinhandelsdiensten in de onderhavige sector door eenzelfde onderneming worden geleverd.

42. Het argument van van verweerder dat uit de klasse 35 blijkt dat diensten van verweerder betrekking hebben op de "inwendige" constructie van bouwwerken, met name zaken die zoveel mogelijk verhuld moeten worden, en de diensten van opposant vooral op de "uitwendige" betrekking hebben, kan eveneens niet uit de gehanteerde classificatie afgeleid worden.

43. Wat de overige diensten in klasse 35 betreft, kan enige soortgelijkheid worden waargenomen met de diensten van de ingeroepen rechten. Het *"zakelijk bemiddelen bij de aankoop van producten als genoemd in klasse 11"*, evenals *"het beheer van commerciële zaken"* kunnen onder de detailhandelsdiensten vallen. *"Publiciteit, en reclame met name betrekking hebbende op de producten genoemd in klasse 11 en de diensten in klasse 37"* zijn daarenboven soortgelijk aan de diensten *"verspreiding van reclamemateriaal, verspreiding van reclameboodschappen, verspreiding van monsters, organisatie van tentoonstelling voor commerciële of reclamedoeleinden, uitgave van reclameteksten, televisiereclame en verkoop promotie (voor derden)"*. Deze hebben immers allemaal tot doel om de waren en diensten onder de aandacht te brengen van het relevante publiek en de verkoop te stimuleren.

44. Het Bureau is van oordeel dat de diensten in klasse 35 als identiek, dan wel soortgelijk kunnen worden beschouwd.

Klasse 37

45. De diensten in klasse 37 van de merkaanvraag zitten grotendeels vervat in de lijst van het ingeroepen recht. Zo kan *"tegelzetterij"* vervat zijn in de *"installatie van inrichting en toebehoren voor het huis"* en daarenboven kunnen de diensten die niet vervat zijn in die lijst, als soortgelijk worden beschouwd. Immers is het niet ondenkbeeldig dat installateurs van keukens, badkamers,

verwarmingsinstallaties, enz ook de reparatie, het herstel en het onderhoud met betrekking tot sanitaire installaties voor hun rekening zouden nemen.

46. De diensten van klasse 37 zijn identiek, dan wel soortgelijk aan de waren van de opposant.

C. Besluit

47. Bij de beoordeling van het gevaar voor verwarring spelen met name de aandacht van het publiek, de (soort-)gelijkheid van de waren en diensten en de overeenstemming van de tekens een rol.

48. Het in aanmerking komend publiek bestaat enerzijds uit niet-professionele gebruikers die het materiaal aanschaffen en laten installeren of zelf installeren en anderzijds uit professionele gebruikers (zoals bijvoorbeeld installateurs of aannemers).

49. Er dient rekening mee te worden gehouden, dat de gemiddelde consument slechts zelden de mogelijkheid heeft verschillende merken rechtstreeks met elkaar te vergelijken, doch aanhaakt bij het onvolmaakte beeld dat bij hem is achtergebleven. Ook dient er rekening mee te worden gehouden, dat het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naar gelang van de soort waren of diensten waarom het gaat (arrest *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, reeds geciteerd).

50. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn (arrest *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, reeds geciteerd). Men mag aannemen dat het aandachtsniveau van het in aanmerking komend publiek, of het nu gaat om professionele gebruikers of niet-professionele gebruikers, van een gemiddeld niveau is. Voor wat betreft bijvoorbeeld de aanschaf van sanitaire installaties of verwarmingsinstallaties zal dit waarschijnlijk net iets hoger zijn. Deze laatste houden immers een investering in die men niet iedere dag doet en men wil met een zekere gemoedsrust ervan gebruik maken. De merken zullen in deze context vaak schriftelijk (via de verscheidene reclamekanalen) of mondeling (zogenaamde mond tot mond reclame) ter kennis worden gebracht, waardoor het visuele en auditieve aspect een belangrijke rol speelt.

51. De globale beoordeling van het gevaar voor verwarring veronderstelt een zekere onderlinge samenhang tussen de in aanmerking te nemen factoren, met name tussen de overeenstemming van de merken en de soortgelijkheid van de waren of diensten waarop zij betrekking hebben. Zo kan een geringe mate van soortgelijkheid van de betrokken waren of diensten worden gecompenseerd door een hoge mate van overeenstemming tussen de merken, en omgekeerd (arresten *Canon* en *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, reeds geciteerd).

52. Het gemiddelde, dan wel iets meer dan het gemiddelde aandachtsniveau van het in aanmerking komend publiek neemt niet weg dat gezien de hoge mate van overeenstemming tussen de tekens op visueel en fonetisch vlak en de vastgestelde identiteit respectievelijk soortgelijkheid tussen de waren en diensten er volgens het Bureau sprake is van een gevaar voor verwarring.

C. Besluit

53. De oppositie wordt geheel toegewezen.

Om deze redenen beslist het Bureau dat

54. Oppositie met nummer 2000278 gegrond is.

55. De Benelux merkaanvraag 1104746 niet ingeschreven wordt.

56. De verweerder 1.000 euro verschuldigd is aan de opposant op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32 Uitvoeringsreglement (voorheen 6sexies, onder E BMW juncto artikel 52 lid 3 Uitvoeringsreglement), aangezien de oppositie geheel toegewezen wordt. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE (voorheen 6sexies, onder E van de BMW).

Den Haag, 20 juli 2007

Diter Wuytens
(rapporteur)

Pieter Veeze

Camille Janssen

Administratieve behandelaar:
Willy Neys