

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
van 6 september 2007
N° 2000394

Opposant: **Continental Holding BV**

Nieuwe Hemweg 7 a
1013 BG Amsterdam,
Nederland

Gemachtigde: **Intermark B.V.**

Leeuwendeldseweg 12
1382 LX Weesp,
Nederland

Ingeroepen merk: **MORE** (Benelux inschrijving 733440)

tegen

Verweerder: **Albron B.V.**

Rijnzathe 11
3454 PV De Meern,
Nederland

Gemachtigde: **Schild Mark B.V.**

Overschiestraat 61
1062 XD Amsterdam,
Nederland

Betwiste merk:


COFFEE &

(Benelux depot 1103453)



I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 7 februari 2006 heeft verweerder een aanvraag voor het woord-/beeldmerk  ingediend voor de diensten in de klassen 35 en 43.

De aanvraag is onder depotnummer 1103453 in behandeling genomen. Deze aanvraag is op 14 maart 2006 gepubliceerd.

2. Op 1 juni 2006 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op het eerdere Benelux woordmerk MORE (Benelux inschrijving 733440) ingediend op 21 mei 2003 voor diensten in de klassen 9, 11, 21, 29, 30, 35 en 37.

3. De opposant is de houder van het ingeroepen recht zoals blijkt uit het register. De oppositie is ter kennis gebracht van de verweerder op 12 juni 2006.

4. De oppositie is ingesteld tegen alle diensten van de betwiste aanvraag tot inschrijving.

5. De oppositie is gebaseerd op alle diensten van het ingeroepen recht.

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. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 13 augustus 2006. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna "het Bureau") heeft op 18 augustus 2006 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij de opposant een termijn kreeg tot en met 18 oktober 2006 om zijn argumenten in te dienen.

9. Elke partij heeft haar opmerkingen ingediend binnen de door het Bureau gestelde termijnen.

10. Op 6 oktober 2006 heeft de opposant een eerste exemplaar van diens argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Het tweede exemplaar werd ontvangen op 9 oktober 2006. Deze argumenten zijn op 20 oktober 2006 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 20 december 2006 is gegeven om hierop te reageren.

11. Op 20 december 2006 heeft de verweerder zijn reactie in één exemplaar ingediend. Op 15 januari 2007 verzocht het Bureau de verweerder om een tweede exemplaar. Verweerder werd hiervoor een termijn tot en met 15 maart toegekend. Op 19 januari ontving het Bureau het tweede exemplaar van de reactie van de verweerder. Deze werd op 25 januari 2007 doorgestuurd aan de opposant.

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

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

13. 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.

14. Opposant voert aan dat zijn merk onderscheidend is voor de producten en diensten waarvoor het is ingeschreven en dat in het beeldmerk van deposant het woord MORE het meest onderscheidende en opvallende element is, vooral nu dit woord ook visueel de meeste nadruk krijgt. Aangezien het woord MORE identiek is aan het merk van opposant, bestaat er volgens deze laatste een grote visuele overeenstemming tussen de betreffende merken. De overige visuele elementen heffen deze grote overeenstemming volgens opposant niet op. Het relevante publiek zou kunnen denken dat het teken COFFEE & MORE het beeldmerk is van opposant door de beperkte rol van het woord COFFEE in het totaalbeeld. Opposant argumenteert verder dat er tevens overeenstemming is op auditief vlak doordat het publiek het woord MORE als voornaamste onderscheidende element zal zien. Als het merk gecommuniceerd zal worden dan zal dit merk zeer waarschijnlijk MORE genoemd worden. Ook begripsmatig meent opposant dat er overeenstemming is.

15. Voor wat de vergelijking van de producten en diensten betreft, is opposant van oordeel dat er sprake is van soortgelijkheid, daar de producten en diensten van beide merken voedsel, eten, drank en gelegenheden waar deze producten en aanverwante producten te koop of te nuttigen zijn, betreffen. Bovendien is volgens opposant de kans groot dat de betreffende merken elkaar in winkels en horecagelegenheden tegen zullen komen en zullen de activiteiten van beide bedrijven, wanneer opposant ook winkels zal starten onder de naam MORE, vrijwel identiek zijn. Opposant meent dus dat het risico van verwarring te duchten is en verzoekt de inschrijving van het depot van het merk COFFEE & MORE te weigeren.

16. Verweerder stelt dat door het teken MORE te kiezen als merk de opposant te accepteren heeft dat dit teken in het normale taalgebruik een betekenis heeft die anderen, ook in merken, beschrijvend willen en mogen gebruiken. Bovendien stelt verweerder dat het onderscheidend vermogen van diens teken ongetwijfeld ligt in het beeldelement, maar de oppositie niet gericht is op hetgeen de deposant beschermd kan krijgen en om deze reden dus niet kan slagen.

17. De toevoeging "& MORE" is volgens verweerder klaarblijkelijk zeer gebruikelijk in het economisch verkeer. Verweerder stelt met verwijzing naar artikel 2.23 lid 1 b en artikel 2.11 BVIE dat de beschermingsomvang van het merk MORE van opposant niet zover kan worden opgerekt dat normaal, gangbaar gebruik van & MORE in de betekenis van "en meer" onder het exclusieve merkrecht van de opposant kan vallen. Verweerder verzoekt dan ook de oppositie af te wijzen en de opposant te verwijzen in de kosten.

III. BESLISSING

A. Ontvankelijkheid van de oppositie

18. De oppositietaks is voldaan overeenkomstig de reglementaire bepalingen.
19. De oppositie is ingediend binnen de voorgeschreven termijn en in overeenstemming met de voorgeschreven vormvereisten en overige voorwaarden.
20. Bijgevolg is de oppositie ontvankelijk.

B. Ten gronde

Verwarringsgevaar

21. Overeenkomstig artikel 2.14 BVIE (voorheen artikel 6quater, lid 1 BMW) 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 in rangorde na het zijne komt, overeenkomstig de bepalingen in artikel 2.3, sub a en b, of dat verwarring kan stichten met zijn algemeen bekende merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

22. Artikel 2.3, sub a en b BVIE (voorheen artikel 3, lid 2, 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".

23. 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/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; Hof van Beroep Brussel, *N-20060227-1*, 27 februari 2006).


Vergelijking van de tekens

24. 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 (HvJEG, *Sabel-Puma*, zaaknr. C-251/95 , 11 november 1997).

25. In de zaak *Matratzen Concord* wordt door het Hof het volgende overwogen: "*Het Gerecht heeft [...] terecht gepreciseerd dat bij de beoordeling van de overeenstemming van twee merken niet slechts één bestanddeel van een samengesteld merk mag worden beschouwd en vergeleken met een ander merk, maar dat de betrokken merken juist elk in hun geheel met elkaar moeten worden vergeleken. Volgens het Gerecht sluit dit niet uit dat de totaalindruk die door een samengesteld merk wordt opgeroepen bij het relevante publiek, in bepaalde omstandigheden door een of meer van de bestanddelen ervan kan worden gedomineerd*" (HvJEG, *Matratzen Concord*, zaaknr. C-3/03 P, 28 april 2004, 32).

26. De te vergelijken tekens zijn de volgende :

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
MORE	

Visuele vergelijking

27. 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. Dit betekent echter niet dat het beeldelement kan genegeerd worden, aangezien de vergelijking van de tekens gebaseerd is op de totaalindruk.

28. Het ingeroepen recht is een woordmerk, bestaande uit één woord "MORE".

29. Het merk waartegen oppositie ingesteld wordt, is een gecombineerd woord- en beeldmerk. Dit woord- en beeldmerk bestaat uit het woord "COFFEE", een ampersand en daaronder een vierhoek, opgedeeld in vier kleinere vierhoeken met daarin de letters M, O, R en E. Hoewel de meesten dit als het woord "MORE" zullen lezen, zal dit door de plaatsing van de letters niet per se steeds het geval zijn. Eenvoudigheidshalve zal het Bureau echter verwijzen naar het woord "MORE" om deze lettercombinatie aan te duiden. De letters zijn zwart, terwijl de ampersand rood is. De achtergrondkleur van de vierhoeken is iedere keer verschillend, gaande van paars, oranje, rood naar wit.

30. Het woordmerk van opposant bestaat uit 4 letters, terwijl de wordelement van het teken van verweerder uit 11 karakters bestaat. Het laatste woord ("MORE") in het teken van verweerder is identiek aan het merk van opposant. Door de plaats en de kleurvlakken in het bestreden teken wordt in casu hier de aandacht naar getrokken.

31. Dat een merk een element van een ander merk bevat, betekent niet automatisch dat de respectievelijke merken overeenstemmend zijn; een bijkomend element kan de merken effectief onderscheiden. Met uitzondering van het woord "MORE" hebben de beide tekens verder geen visueel overeenstemmende elementen.

32. Om deze redenen is het Bureau van oordeel dat de tekens visueel niet overeenstemmend zijn.

Auditieve vergelijking

33. Bij (overwegend) verbale merken of merken waarbij het woordelement dominant is, is het eerste gedeelte over het algemeen het gedeelte dat voornamelijk de aandacht van de consument trekt. Hierbij dient rekening te worden gehouden met de specifieke omstandigheden van het geval.

34. In beide tekens is het laatste woord ("MORE") identiek. Op fonetisch vlak zal dit dan ook op dezelfde wijze worden uitgesproken, te weten [mɔ:].

35. Verder is er echter geen fonetische overeenstemming, aangezien het eerste deel van het bewiste teken ("COFFEE &") niet voorkomt in het ingeroepen recht. Gezien de woorden in het Engels zijn, zal de ampersand als het Engelse woord "AND" [ænd] worden uitgesproken.

36. De tekens zijn in fonetisch opzicht slechts beperkt overeenstemmend.

Begripsmatige vergelijking

37. Het ingeroepen recht "MORE" is het Engelse woord voor "meer". Met betrekking tot de waren en diensten heeft dit echter geen betekenis.

38. Het betwiste teken "COFFEE & MORE" betekent in het Nederlands "koffie en meer". Dit geeft aan dat het merk betrekking heeft op koffie en alles dat daar verband kan mee houden, daarmee substitueerbaar is of in het verlengde ligt van het verstrekken van koffie.

39. Gelet op het bovenstaande, is het Bureau van oordeel dat op begripsmatig vlak de tekens niet overeenstemmen.

Conclusie

40. De tekens stemmen op visueel en begripsmatig vlak niet overeen. Op fonetisch vlak zijn de tekens slechts in beperkte mate overeenstemmend.

Vergelijking van de diensten

41. Bij de beoordeling van de soortgelijkheid van de betrokken waren en diensten dient rekening te worden gehouden met alle relevante factoren die de verhouding tussen de 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).
42. De opposant baseert zich op alle waren en diensten van ingeroepen recht 733440.
43. De oppositie is gericht tegen alle diensten van het betwiste depot.
44. Bij vergelijking van de waren en diensten worden deze in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag.

OPPOSITIE GEBASEERD OP	OPPOSITIE GERICHT TEGEN
Kl 9 Elektrische toestellen en instrumenten voor zover niet begrepen in andere klassen; verkoopautomaten en mechanismen voor apparaten met vooruitbetaling; automaten voor het bereiden en afgeven van warme en koude dranken; koffie- en theevoerkoopautomaten; publicaties in elektronische vorm, in het bijzonder in de vorm van websites.	
Kl 11 Elektrische apparaten voor het bereiden van warme en koude dranken; elektrische koffie- en theezetapparaten en -toestellen; elektrische koffiepoten en -kannen, al dan niet met filter; elektrische koffiefilters; elektrische koffiepercolators en cafetières; warmhoudplaatjes.	
Kl 21 Kartonnen of plastic bekertjes; koffiemolens, met de hand te bedienen; koffie- en theezetapparaten, niet elektrisch; koffiefilters, niet- elektrisch; koffie- en theepotten en -kannen, niet elektrisch, niet van edele metalen, al dan niet met filter; koffiefilters, niet elektrisch en plastic houders hiervoor; koffiepercolators, niet elektrisch; cafetières, niet elektrisch, niet van edele metalen; koffie- en theeserviezen, niet van edele metalen; koffie- en theedozen en -busjes, niet van edele metalen; koffie- en theeglazen; houders voor koffie- en theeglazen, niet van edele metalen; koffie- en theekoppen en -mokken, niet van edele metalen; schoteltjes, niet van edele metalen; thee-eieren, niet van edele metalen; theezeefjes, niet van edele metalen; roomstelletjes en -kannetjes, niet van edele metalen; suikerpotjes, niet van edele metalen; serveerbladen, voor huishoudelijk gebruik, niet van edele metalen; isoleerkannen; bekertjes, niet van edele metalen.	

<p>Kl 29 Vis; geconserveerde, gedroogde en gekookte vruchten en groenten; geleien, in het bijzonder vis-, fruit- en groentegelien; jams, compote; eieren, melk en melkproducten, in het bijzonder boter, kaas, cream, yoghurt, poedermelk, voor voedingsdoeleinden; geconserveerde producten namelijk vis, fruit en groenten in blik; eetbare oliën en vetten; spreads dienende als broodbeleg; aardappelchips; margarine; marmelades; tofu; soepen.</p>	
<p>Kl 30 Koffie, ook koffie verpakt in filterverpakking; dranken op basis van koffie voor zover niet begrepen in andere klassen; koffie-extracten, oploskoffie, koffievervangingsmiddelen, mengsels van koffie en koffievervangingsmiddelen; mengsels van koffie; melkpoeder; koffie bevattend granen, vruchten en specerijen; koffiebonen; thee; dranken op basis van thee voor zover niet begrepen in andere klassen; thee-extracten, thee-ervangingsmiddelen; cacao; dranken op basis van cacao voor zover niet begrepen in andere klassen; chocolade en chocolade-extracten in poeder-, korrel- of vloeibare vorm; suiker, rijst, tapioca, sago; meel en graanpreparaten, brood, biscuits, koek, banketbakkers- en suikerbakkerswaren, consumptie-ijs; honing, melassestroop; gist, gistpoeder; zout, mosterd; peper, azijn, kruidensausen; specerijen; kruiden voor het bereiden (zetten) van dranken; soep- en spijzenaroma's, mengsels van kruiden voor het bereiden (zetten) van dranken; mengsels hoofdzakelijk bestaande uit kruiden met toevoeging van gedroogde vruchten voor het bereiden (zetten) van dranken; kruidenaftreksels, niet voor geneeskundig gebruik.</p>	
<p>Kl 35 Reclame; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; administratieve diensten; zakelijke bemiddeling en advisering bij de aankoop, het verhandelen en het leveren van de in de klassen 9, 11, 21, 29 en 30 genoemde waren; detailhandeldiensten op het gebied van de in de klassen 9, 11, 21, 29 en 30 genoemde waren; import- en exportdiensten; verkooppromotie; demonstratie van producten.</p>	<p>Kl 35 Administratieve dienstverlening in het kader van de exploitatie van restaurants, kantines, bars en cateringbedrijven, alsmede het geven van professionele leiding aan dergelijke bedrijven; verhuur van verkoopautomaten; uitzenden van personeel; management advies met betrekking tot diensten genoemd in klasse 43.</p>
<p>Kl 37 Installatiewerkzaamheden, reparatie en onderhoud van met name koffiebereidings- en afgiftesystemen.</p>	
	<p>Kl 43 Catering (het verstrekken van voedsel en dranken); horecadiensten; restauratie; restaurant-, kantine- en bardiensten, advisering met betrekking tot deze diensten; verhuur van kookapparatuur en keukenmachines; advisering inzake gebruik en toepassing van restaurant-, kantine-, bar-, keuken- en cateringapparatuur en installaties.</p>

Klasse 35

45. De warenlijst van het betwiste teken maakt in klasse 35 melding van *administratieve dienstverlening in het kader van exploitatie van restaurants, kantines, bars en cateringbedrijven*, terwijl klasse 35 van het ingeroepen recht *administratieve diensten* vermeldt. Door de ruime formulering van administratieve diensten in klasse 35 van het ingeroepen recht, valt de administratieve dienstverlening in het kader van exploitatie van restaurants, kantines, bars en cateringbedrijven hier ook onder.

46. Het *geven van professionele leiding aan restaurants, kantines, bars en cateringbedrijven* (zie klasse 35 van de warenlijst van het betwiste teken) valt onder *het beheer van commerciële zaken*, zoals vermeld in de warenlijst van het ingeroepen recht.

47. De dienst in klasse 35 van het bestreden teken *uitzenden van personeel* is niet soortgelijk met de diensten waarvoor het ingeroepen recht bescherming geniet, aangezien dit geenszins voorkomt, noch raakvlakken heeft met de waren en diensten van het ingeroepen recht. Hoewel *Management advies met betrekking tot diensten genoemd in klasse 43* strikt genomen niet hetzelfde is als het eigenlijke beheer van commerciële zaken, vertoont deze dienst wel raakvlakken hiermee, alsook met de dienst *advisering bij de aankoop, het verhandelen en het leveren van de in de klassen 9, 11, 21, 29 en 30 genoemde waren* van het ingeroepen recht.

Klasse 43

48. *Catering, horecadiensten, restauratie en restaurant-, kantine- en bardiensten* komen louter in de waren- en dienstenlijst van verweerder voor en zijn naar hun aard zo specifiek dat deze niet soortgelijk kunnen worden beschouwd met de door het ingeroepen recht aangeduide waren en diensten.

49. Klasse 43 van het bestreden teken duidt de *advisering met betrekking tot restaurant-, kantine- en bardiensten en advisering inzake gebruik en toepassing van restaurant-, kantine-, bar- en cateringapparatuur en installaties* aan, daar waar het ingeroepen recht in dezelfde klasse bescherming geniet voor de volgende diensten: *de zakelijke bemiddeling en advisering bij de aankoop, het verhandelen en het leveren van de in de klassen 9, 11, 21, 29 en 30 genoemde waren*.

50. Automaten voor het bereiden en afgeven van warme en koude dranken, alsook de koffie- en theeverkoopautomaten zijn niet meer weg te denken uit kantines en bars en zijn in dat opzicht dus identiek, dan wel soortgelijk aan kantine-, bar- en cateringapparatuur. Bovendien zullen bedrijven die zakelijk bemiddelen en adviseren bij de aankoop van apparatuur, zoals onder andere koffie- en theeverkoopautomaten en elektrische apparaten voor het bereiden van warme en koude dranken, die in restaurants, kantines, bars en cateringbedrijven gebruikt worden, hun klanten eveneens dienen te adviseren inzake het gebruik en de toepassing van deze apparatuur. Wanneer er advies wordt verstrekt inzake restaurant-, kantine- en bardiensten dan heeft dit advies onder meer betrekking op de manier waarop bepaalde waren aan de man of vrouw moeten worden gebracht en in welk aanbod er moet worden voorzien. Er wordt dus een advies verstrekt met betrekking tot de aankoop, het verhandelen en het leveren van bepaalde in de klassen 9, 11, 21, 29 en 30 genoemde waren. De *advisering inzake gebruik en toepassing van restaurant-, kantine-, bar- en cateringapparatuur* is dan ook mutatis mutandis identiek, dan wel soortgelijk

met de *advisering bij de aankoop, het verhandelen en het leveren van de in de klassen 9, 11, 21, 29 en 30 genoemde waren* van het ingeroepen recht.

51. De in klassen 9, 11, 21, 29 en 30 genoemde waren, zoals onder andere de koffie- en theeverkoopautomaten, elektrische apparaten voor het bereiden van warme en koude dranken, koffie- en theekopjes of bekertjes, melkproducten, en niet in het minst koffie zelf, zijn bovendien een *conditio sine qua non* om tot een effectieve en succesvolle exploitatie van deze voornoemde eet- en drinkgelegenheden te komen. *Advisering met betrekking tot restaurant-, kantine- en bardiensten* in klasse 43 van het betwiste teken kan dan ook als minstens soortgelijk worden beschouwd met *advisering bij de aankoop, het verhandelen en het leveren*, alsook de *detailhandeldiensten van de in de klassen 9, 11, 21, 29 en 30 genoemde waren*.

52. De bedrijven die instaan voor de verhuur van de verkoopautomaten, de kookapparatuur en keukenmachines beperken zich vaak niet louter hiertoe, maar zullen ook de installatie, de reparatie en het onderhoud hiervan op zich nemen (zie klasse 37 van het ingeroepen recht) en in voorkomend geval het basisproduct, zoals onder andere koffiebonen, cacao en melkpoeder, en de toebehoren (bijvoorbeeld bekertjes, koffie- en theeglazen) die noodzakelijk zijn voor het functioneren van deze apparaten aanleveren. Er is in dit geval respectievelijk sprake van soortgelijkheid en complementariteit.

53. Het Bureau is op basis van het voornoemde van oordeel dat de diensten van het bestreden teken deels identiek, deels soortgelijk en voor een beperkt deel niet soortgelijk zijn met de waren en diensten van het ingeroepen recht.

C. Overige relevante factoren

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

55. Hoewel het ingeroepen recht geheel vervat zit in het bestreden teken, dat bovendien over een zwak onderscheidend vermogen beschikt, is deze vaststelling op zichzelf niet voldoende om te overwegen dat de twee betrokken merken, elk in hun geheel beschouwd, overeenstemmen. Immers, kan een samengesteld merk slechts worden geacht overeen te stemmen met een ander merk, dat gelijk is aan of overeenstemt met een van de bestanddelen van het samengestelde merk, indien dit het dominerende bestanddeel is in de totaalindruk die door het samengestelde merk wordt opgeroepen (*zie ook overweging 25*). Dit is het geval wanneer dit op zichzelf het beeld van dit merk dat bij het relevante publiek in herinnering blijft, kan domineren, zodat alle andere bestanddelen verwaarloosbaar zijn voor de totaalindruk die door het merk wordt opgeroepen (zie arrest GEA, 23 oktober 2002, Matratzen Concord, T-6/01, punt 33 e.v., bevestigd door het Hof van Justitie, 28 april 2004, C-3/03). In casu domineert geen van beide bestanddelen het beeld van dit teken in de mate zoals hierboven door het Gerecht vereist om te oordelen dat er sprake zou zijn van overeenstemming. Overigens kan worden opgemerkt dat verweerders verwijzing naar artikel 2.23 lid 1 sub b BVIE in het kader van deze procedure niet doorslaggevend is (zie in die zin arrest EHVJ, Matratzen Concord, reeds geciteerd, punt 35).

56. Wat de aandacht van het publiek betreft, dient er 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).

57. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn (arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds geciteerd). In onderhavig geval bestaat het in aanmerking komend publiek van de diensten van opposant en verweerder enerzijds uit cateringbedrijven, bedrijven, sportclubs, organisaties en dergelijke die beschikken over een restaurant, bar of kantine of uitbaters van deze laatste en anderzijds de eindgebruikers van deze eet- en drinkgelegenheden. Daar waar men mag aannemen dat de professionelen aandachtiger zullen zijn, zal dit voor de gewone consument minder het geval zijn. Het is niet uit te sluiten dat de waren en diensten via dezelfde distributiekanaalen zullen worden aangeboden.

58. 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).

D. Conclusie

59. Hoewel de diensten deels identiek, deels soortgelijk en voor een beperkt deel niet soortgelijk zijn aan de waren en diensten van het ingeroepen recht, vertonen de tekens geen visuele of begripsmatige overeenstemming en is er slechts sprake van een beperkte auditieve overeenstemming. Het Bureau is van oordeel dat er noch in het geval van professionelen, noch in het geval van de gewone consument, sprake is van verwarringsgevaar.

IV BESLISSING

60. De oppositie wordt geheel afgewezen.

Om deze redenen beslist het Bureau dat

61. Oppositie met nummer 2000394 niet gegrond is.

62. De merkaanvraag voor alle diensten ingeschreven wordt.

63. De opposant 1.000 euro verschuldigd is aan de verweerder 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 afgewezen wordt. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE (voorheen 6sexies, onder E van de BMW).

Den Haag, 6 september 2007

Diter Wuytens
(rapporteur)

Saskia Smits

Pieter Veeze

Administratieve behandelaar: Françoise Dufrasne