

**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**  
**BESLISSING inzake OPPOSITIE**  
**van 13 mei 2008**  
**N° 2001058**

**Opposant:** **Wellness International Holding B.V.**  
Fred. Roeskestraat 123  
1076 EE Amsterdam,  
Nederland.

**Gemachtigde:** **Novagraaf Nederland B.V.**  
Hogehilweg 3  
1101 CA Amsterdam-Zuidoost,  
Nederland.

**Ingeroepen merk:**  **World of Wellness** (Benelux inschrijving 802589)

*tegen*

**Verweerder:** **THERMAE 2000 N.V.**  
Cauberg 27  
6301 BT Valkenburg (LB),  
Nederland.

**Gemachtigde:** **Shield Mark B.V.**  
Overschiestraat 61  
1062 XD Amsterdam,  
Nederland.

**Betwiste merk:**  **thermae 2000**  
world of wellness (Benelux depot 1125057)


## I. FEITEN EN PROCEDURE

### A. Feiten

1. Op 12 december 2006 heeft verweerder voor waren en diensten in de klassen 3, 41 en 44 een Benelux merkaanvraag verricht van het gecombineerd woord-beeldmerk:



Deze merkaanvraag is onder nummer 1125057 in behandeling genomen en werd op 14 december 2006 gepubliceerd.

2. Op 30 januari 2007 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op het eerdere Beneluxmerk:  World of Wellness (inschrijvingsnummer 802589) ingediend op 12 juni 2006 en ingeschreven op 30 juni 2006 voor waren en diensten in de klassen 3, 41 en 44.

3. De oppositie is ingesteld tegen alle waren en diensten van het betwiste teken en gebaseerd op alle waren en diensten van het ingeroepen recht.

4. 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").

5. De proceduretaal is het Nederlands.

### B. Verloop van de procedure

6. De oppositie is ontvankelijk. Op 6 februari 2007 verstuurde het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna "het Bureau") de kennisgeving van ontvankelijkheid van de oppositie.

7. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 7 april 2007. Het Bureau heeft op 24 april 2007 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij de opposant een termijn kreeg tot en met 24 juni 2007 om zijn argumenten en eventuele stukken in te dienen.

8. Op 21 juni 2007 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze argumenten zijn op 2 juli 2007 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 2 september 2007 is gegeven om hierop te reageren.

9. Verweerder heeft hierop op 2 augustus 2007 gereageerd. Deze reactie is op 23 augustus 2007 door het Bureau aan de opposant verzonden.

10. De opmerkingen van beide partijen zijn ingediend binnen de door het Bureau gestelde termijnen.

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

## II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

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

13. Opposant stelt dat in beide merken het element "WORLD OF WELLNESS" een prominente plaats inneemt. Vanuit visueel en begripsmatig perspectief is er volgens opposant dan ook sprake van grote gelijkenis en is aan de voorwaarde voor het aannemen van overeenstemming voldaan.

14. Verder argumenteert opposant dat het in de sector sauna/schoonheidsverzorging heel gebruikelijk is dat er exclusieve samenwerkingsverbanden worden gesloten tussen cosmeticaproducten en thermae centra. Het gebruik van WORLD OF WELLNESS in het geopponeerde merk kan hierdoor volgens opposant tot indirecte verwarring leiden.

15. Opposant verzoekt dan ook de oppositie te honoreren en de inschrijving van het betwiste teken te weigeren en de houder te veroordelen in de kosten van de procedure.

16. Verweerder bestrijdt dat beide tekens overeenstemmen. Het enige argument dat hiervoor bedacht kan worden is immers de aanwezigheid van slechts één element dat in beide merken terugkomt, de puur beschrijvende en aanprijzende benaming, "WORLD OF WELLNESS". Dit kan aldus verweerder niet gezien worden als het dominante en onderscheidende deel. Verweerder concludeert dat door de verschillen in structuur, lengte en grafische weergave en het feit dat het zeer onderscheidende en dominante teken "THERMAE 2000" niet in het oudere merk voorkomt, de tekens niet overeenstemmend zijn.

17. Gezien de grote verschillen in de beginklanken en de onderscheidende elementen WW (uitgesproken als weewee) versus "THERMAE 2000", zijn de tekens volgens verweerder in fonetisch opzicht niet overeenstemmend. Dit zou ook impliciet zijn gesteld door opposant, aangezien deze enkel expliciet op de visuele en begripsmatige overeenstemming heeft gewezen.

18. Verweerder bestrijdt niet dat het laatste deel "world of wellness" in beide tekens verwijst naar dezelfde activiteiten. Dit is echter volgens hem ook logisch omdat deze term beschrijvend is voor de diensten die worden aangeboden. Volgens verweerder zal het Benelux publiek dit aspect waarschijnlijk als een aanprijzende slogan beschouwen van een hieraan gekoppeld merk, in casu "WW" en "Thermae 2000". Gezien deze bestanddelen een totaal andere betekenis hebben en dat "THERMAE 2000" voor het in aanmerking komend publiek direct verwijst naar een koppeling aan een bekend saunacomplex in Limburg, zijn de tekens, aldus verweerder, in hun totaliteit op begrismatig vlak niet overeenstemmend.

19. Wat betreft het argument van opposant over de exclusieve samenwerkingsverbanden stelt verweerder dat de door opposant meegestuurde prints dit niet aantonen. Verweerder neemt aan dat opposant wil suggereren dat hij een groothandel is en zijn producten in exclusieve overeenkomsten afzet bij

afnemers. Mocht dit het geval zijn, dan stelt verweerder dat hij zich richt op een totaal ander publiek, namelijk de gemiddelde consument en niet de professionele afnemers.

20. Bovendien zou het teken van opposant, volgens verweerder nog niet gebruikt worden, maar enkel de naam zijn van een holdingmaatschappij.

21. Verweerder verzoekt het Bureau de oppositie af te wijzen, het aangevraagde merk te registreren en de opposant te veroordelen in de kosten.

### **III. BESLISSING**

#### **A. Verwarringsgevaar**

22. Conform artikel 2.14, lid 1 BVIE kan opposant, als houder van oudere merken, 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 BVIE.

23. Artikel 2.3, sub a en b BVIE 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”.*

24. Volgens vaste 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, C-39/97, 29 september 1998; Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juni 1999; zie ook o.a. BenGH, A 98/3, Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges, 2 oktober 2000; BenGH, A 98/5, Marca Mode/Adidas, 7 juni 2002; Hoge Raad der Nederlanden, C02/133HR, Flügel-flesje, 14 november 2003; Hof van Beroep Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

#### **A.1. Vergelijking van de waren en diensten**

25. Bij de beoordeling van de soortgelijkheid van de betrokken waren of diensten moet 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).

26. Bij vergelijking van de waren en diensten van het ingeroepen recht en de waren en diensten waartegen de oppositie is gericht, worden de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag.

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KI 3 Zepen, parfumerieën; etherische oliën; cosmetische middelen; haarlotions.	KI 3 Zepen; parfumerieën; etherische oliën; cosmetische middelen; hygiënische producten voor cosmetisch gebruik zijnde toiletverzorgingsmiddelen, lichaamsverzorgingsproducten met inbegrip van crèmes, massageoliën, haarlotions en haarolies, shampoo, balsems; aromaoliën.
KI 41 Ontspanning, met name op het gebied van gezondheidsrecreatie.	KI 41 Ontspanning, met name gezondheidsrecreatie; opvoeding en instructie op het gebied van lichaamsverzorging en gezond leven; yoga- en meditatielessen; diensten van een fitnesscentrum; informatie en advies inzake voornoemde diensten; voornoemde diensten eveneens via het Internet.
KI 44 Dienstverlening op het gebied van hygiëne; schoonheidsverzorging voor mensen; diensten van sauna's en thermaalbaden; massages; aroma- en fysiotherapie; diensten van lichaamsverzorgende en gezondheidsbevorderende instituten.	KI 44 Dienstverlening op het gebied van hygiëne en schoonheidsverzorging voor mensen; diensten van lichaamsverzorgende en gezondheidsbevorderende instituten; exploitatie van sauna's, thermo-mineraalrijke bronnenbaden en Turkse baden; massage; diensten van schoonheid- en kapsalons; diensten van solaria; informatie en advies inzake voornoemde diensten; voornoemde diensten eveneens via het Internet.

### Klasse 3

27. De waren *zepen, parfumerieën; etherische oliën; cosmetische middelen; haarlotions* in klasse 3 komen expressis verbis voor in beide warenlijsten en zijn dan ook identiek.

28. De overige waren in klasse 3 van het bestreden teken, te weten *hygiënische producten voor cosmetisch gebruik zijnde toiletverzorgingsmiddelen, lichaamsverzorgingsproducten met inbegrip van crèmes, massageoliën en haarolies, shampoo, balsems; aromaoliën* zijn identiek, dan wel sterk soortgelijk aan de waren in klasse 3 van het ingeroepen recht. Immers zijn de *hygiënische producten voor cosmetisch gebruik en de lichaamsverzorgingsproducten* identiek, dan wel sterk soortgelijk aan de cosmetische middelen en zepen van het ingeroepen recht. Bovendien zijn de specifiek vermelde haarproducten, haarolies, shampoo en balsems, sterk soortgelijk aan de waren haarlotions van het ingeroepen recht. Deze zijn immers ofwel complementair, omdat men eerst het haar wast en dan bijvoorbeeld voedt, ofwel concurrerend, omdat men naargelang zijn of haar voorkeur kan kiezen voor een haarverzorgingsproduct in de vorm van een lotion, een shampoo of een olie.

### Klasse 41

29. De diensten *ontspanning, met name gezondheidsrecreatie* komen expressis verbis voor in beide waren- en dienstenlijsten en zijn dus identiek.

30. De resterende aangeduide diensten in klasse 41 van het bestreden teken, zijn allen sterk verwant met de waren en diensten van het ingeroepen recht. Zo kan de opvoeding en instructie op het gebied van

lichaamsverzorging en gezond leven en de informatie en het advies inzake voornoemde diensten niet alleen deel uitmaken van een totaalpakket betreffende gezondheidsrecreatie, maar is dit ook sterk soortgelijk aan de dienstverlening op het gebied van hygiëne en de diensten van lichaamsverzorgende en gezondheidsbevorderende instituten in klasse 44. Immers zal men bij het bezoeken van gezondheids- en ontspanningscentra, niet alleen op dat ogenblik onder handen worden genomen, zodat men weer haast als nieuw de deur uitloopt, maar ook tips meekrijgen hoe men thuis hier verder aan kan werken om dit in stand te houden.

31. De diensten *yoga- en meditatielessen* en *diensten van een fitnesscentrum* zijn soortgelijk te beschouwen aan ontspanning in klasse 41 van het ingeroepen recht en de diensten van lichaamsverzorgende en gezondheidsbevorderende instituten in klasse 44. Door aan yoga en meditatie te doen, zal men immers ontspannen en minder stress hebben, waardoor men zich lekkerder en gezonder voelt. Door te bewegen en aan sport te doen, bijvoorbeeld in een fitnesscentrum, zal de gezondheid bevorderd worden. Een fitnesscentrum kan dus beschouwd worden als sterk soortgelijk aan een gezondheidsbevorderend instituut.

32. Dat sommige van deze diensten ook via het Internet worden geleverd, neemt niet weg dat er sprake is van soortgelijkheid, aangezien dit enkel een bijkomend verkoopkanaal is.

#### *Klasse 44*

33. De diensten *dienstverlening op het gebied van hygiëne en schoonheidsverzorging voor mensen*, *diensten van lichaamsverzorgende en gezondheidsbevorderende instituten* en *massage(s)* komen expressis verbis voor in beide waren- en dienstenlijsten en zijn dus identiek.

34. De diensten *exploitatie van sauna's, thermo-mineraalrijke bronnenbaden en Turkse baden*, alsook de *diensten van solaria* zijn identiek, dan wel sterk soortgelijk aan de diensten van sauna's en thermaalbaden. Immers betreffen het hier concurrerende, dan wel complementaire diensten die bovendien veelal in dezelfde instellingen worden aangeboden.

35. Wat betreft de *diensten van schoonheid- en kapsalons*, is het Bureau van oordeel dat deze identiek, dan wel soortgelijk zijn aan de schoonheidsverzorging voor mensen in klasse 44.

36. Zoals hierboven bij klasse 41 reeds vermeld is het niet ongebruikelijk en soms zelfs aangewezen en verplicht (men denkt aan eventuele gezondheidsrisico's door langdurig of intensief gebruik van sauna's en dergelijke) dat bij het verstrekken van bovenvermelde diensten informatie en advies wordt verstrekt. De levering van deze diensten via een bijkomend verkoopkanaal, zoals Internet, staat soortgelijkheid niet in de weg.

#### *Conclusie*

37. De waren en diensten van het bestreden teken zijn identiek, dan wel (sterk) soortgelijk aan de waren en diensten van het ingeroepen recht.



## A.2. Vergelijking van de tekens

38. Uit de bewoordingen van artikel 4, lid 1, sub b van de richtlijn (vergelijk artikel 2.3, sub b BVIE), volgens dewelke "bij het publiek verwarring kan ontstaan, inhoudende de mogelijkheid van associatie met het oudere merk", volgt dat de indruk die bij de gemiddelde consument van de betrokken soort waren of diensten achterblijft, een beslissende rol speelt 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, C-251/95, 11 november 1997).

39. 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 (arrest Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds aangehaald).

40. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of meerdere bestanddelen ervan worden gedomineerd (HvJEG, Limonchello, C-334/05 P, 12 juni 2007). Bij de beoordeling of een of meer bestanddelen van een samengesteld merk domineren, moet met name met de intrinsieke eigenschappen van elk van die bestanddelen rekening worden gehouden door deze te vergelijken met de eigenschappen van de andere bestanddelen. Bovendien kan eventueel worden gezien, hoe de verschillende bestanddelen in de configuratie van het samengestelde merk zich tot elkaar verhouden (GEA, Matratzen, T-6/01, 23 oktober 2002 en El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 december 2007).

41. De te vergelijken tekens zijn de volgende :

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
	

### *Begripsmatige vergelijking*

42. Het woorelement "WORLD OF WELLNESS" betekent "wereld van lichamelijk welbevinden" en zal door het gehele Benelux publiek zo worden begrepen. Dit is een aanprijzende en beschrijvende aanduiding voor de aangeduide waren en diensten. Het in aanmerking komend publiek zal de letters "WW" in het ingeroepen recht opvatten als een verwijzing naar de alliteratie van World en Wellness.

43. Het woord "THERMAE" in het bestreden teken is de Latijnse benaming voor "thermen", de oorspronkelijke benaming van de Romeinse badhuizen. Deze term is dus eveneens beschrijvend voor de waren en diensten. Het cijfer "2000" heeft in relatie tot de waren en diensten geen duidelijke betekenis.

44. Een samengesteld merk kan slechts worden geacht overeen te stemmen met een ander merk, dat gelijk is aan een van de bestanddelen van het samengestelde merk, indien dit het dominerende bestanddeel is in de totaalindruk die door het samengestelde merk wordt opgeroepen. Dit is het geval wanneer dit bestanddeel op zichzelf het beeld van het 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 (GEA, Biker Miles, T-385/03, 7 juli 2005). Volgens vaste rechtspraak geldt dat het publiek over het algemeen het beschrijvende bestanddeel van een samengesteld merk niet als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit merk gewekte totaalindruk zal ervaren (zie: GEA, Budmen, T-129/01, 3 juli 2003 en NLSPORT, T-117/03, 6 oktober 2004).

45. Niettegenstaande hetgeen hierboven reeds werd gesteld, impliceert het geringe onderscheidend vermogen van een bestanddeel van een samengesteld merk niet noodzakelijkerwijs dat dit geen dominant bestanddeel kan vormen wanneer het, met name wegens de positie ervan in het teken of wegens de omvang ervan, onmiddellijk wordt waargenomen door de consument en bij deze in herinnering blijft (zie GEA, a, T-115/02, 13 juli 2004 en Pagesjaunes.com, T-134/06, 13 december 2007).

46. Hoewel in casu het woordelement "WORLD OF WELLNESS" in het ingeroepen recht een beperkt onderscheidend vermogen heeft, kan dit voor de beoordeling van de totaalindruk echter niet volledig buiten beschouwing worden gelaten, aangezien dit minstens op gelijke voet staat met het figuratieve element door de grootte en aangezien dit het element zal zijn waarnaar het publiek zal refereren.

47. Hoewel ook "THERMAE" beschrijvend is, zal dit in combinatie met het cijfer 2000, mede door de grootte, de positionering en het kleurgebruik, de aandacht van het publiek trekken en dit het element zijn waarnaar het publiek verwijst en in dit teken het dominerende element zijn.

48. Daar noch in het ingeroepen recht, noch in het bestreden teken het gelijke woordelement "WORLD OF WELLNESS" het dominerende element is, dat alle andere bestanddelen verwaarloosbaar maakt, kan er hierdoor niet vastgesteld worden dat er sprake is van overeenstemming.

49. Het Bureau is van oordeel dat de tekens in hun totaalindruk op begripsmatig vlak slechts zeer beperkt overeenstemmen.

#### *Visuele vergelijking*

50. Het ingeroepen recht is een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit een donkergrijze cirkel met daarin de letters "WW" in het wit. Onder de cirkel is een schaduw te zien, wat de indruk wekt dat de cirkel in wezen een bol is. Daaronder staan drie Engelse woorden, te weten "World of Wellness". De "of" staat in een lichtere tint grijs dan de andere twee woorden.

51. Het bestreden merk is eveneens een gecombineerd woord-/beeldmerk. Het bestaat enerzijds uit vijf cirkels die van groot naar klein en van zwart naar lichtgrijs gaan, die als het ware opspringende bubbels voorstellen. Onder deze cirkels staat in het zwart het woord "thermae" en op dezelfde lijn in het grijs "2000". Daaronder staan in het lichtgrijs en in een kleiner lettertype de woorden "world of wellness".

52. Bij samengestelde tekens (woord- en beeldelement) heeft het woordelement 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 woordelement. Zoals hiervoor bij de begripsmatige vergelijking gesteld, is het woordelement van het ingeroepen recht beschrijvend en heeft het een beperkt onderscheidend vermogen, evenwel kan het door de positionering binnen het teken niet buiten



beschouwing worden gelaten bij het beoordelen van de totaalindruk. In het bestreden teken nemen de elementen "THERMAE" en "2000" een prominente plaats in en is dit het dominerende element. De beschrijvende ondertitel "world of wellness" verdwijnt door de positionering naar de achtergrond.

53. Het Bureau is van oordeel dat de tekens in hun geheel visueel niet overeenstemmen.

#### *Auditieve vergelijking*

54. Het ingeroepen recht bestaat enerzijds uit de letters "WW" en anderzijds uit het wordelement "World of Wellness". Doordat de letters "WW" zich in het figuratieve element bevinden van het merk van opposant, zal het publiek dit niet uitspreken en enkel het wordelement, bestaande uit drie woorden "WORLD OF WELLNESS" uitspreken.

55. Het bestreden teken bestaat uit twee wordelementen, die respectievelijk bestaan uit twee woorden en drie woorden, te weten "THERMAE 2000" en "WORLD OF WELLNESS". Het in aanmerking komend publiek zal naar het bestreden teken verwijzen door gebruik te maken van het dominerende element van dit teken, namelijk "THERMAE 2000" en niet de beschrijvende en aanprijzende zin "WORLD OF WELLNESS" hierbij gebruiken.

56. Op auditief vlak is het Bureau van oordeel dat de tekens in hun totaliteit niet overeenstemmen.

#### *Conclusie*

57. De tekens stemmen op visueel en auditief vlak niet overeen. Begripsmatig is er sprake van een beperkte overeenstemming.

### **A.3. Overige relevante factoren**

58. Wat betreft het argument van verweerder (zie supra, 19) dat opposant zou stellen dat hij zich richt naar een ander publiek, dient opgemerkt te worden dat op basis van de registergegevens die als leidraad dienen bij de beoordeling door het Bureau, dit onderscheid niet vastgesteld kan worden en dus ook niet kan weerhouden worden.

59. Betreffende het niet gebruiken van opposant van het ingeroepen recht (zie supra, 20), dient opgemerkt te worden dat het ingeroepen recht nog niet gebruiksplichtig is en dit argument dus niet terzake doet.

60. 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.

61. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn (arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds geciteerd). 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). In de sector van de schoonheidsproducten en de -verzorging is de aandacht van een gemiddeld niveau (zie ook in deze zin: oppositiebeslissing BBIE, AIRA, 2000208, 12 juni 2007 en BEAUSEMA, 2001409, 24 april 2008).

62. Gezien het woordelement van het ingeroepen recht beschrijvend en aanprijzend is, zal de beschermingsomvang van het ingeroepen recht dan ook beperkter zijn. Immers, is het verwarringsgevaar des te groter naarmate de onderscheidingskracht van het oudere merk sterker is. Merken die hetzij van huis uit, hetzij wegens hun bekendheid op de markt, een sterke onderscheidingskracht hebben, genieten dus een ruimere bescherming dan merken met een geringe onderscheidingskracht (zie arresten Canon, reeds aangehaald; Sabel, reeds aangehaald en LLOYD, reeds aangehaald).

63. In het kader van de oppositieprocedure is er geen sprake van een veroordeling van de in het ongelijk gestelde partij in de kosten die gemaakt werden door de andere partij. Er is enkel, conform artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 van het Uitvoeringsreglement, voorzien in een kostenverwijzing.

## **B. Conclusie**

64. De waren en diensten zijn identiek, dan wel soortgelijk. De tekens stemmen visueel en auditief niet overeen. Op begripsmatig vlak is er sprake van een beperkte overeenstemming. De beschermingsomvang van het ingeroepen recht is beperkter. Het Bureau is dan ook van oordeel dat er in casu geen sprake is van gevaar voor verwarring.

## **IV BESLUIT**

65. De oppositie wordt geheel afgewezen.

*Om deze redenen beslist het Bureau dat*

66. Oppositie met nummer 2001058 niet gegrond is.

67. De Benelux merkaanvraag met nummer 1125057 ingeschreven wordt.

68. De opposant 1.000 euro verschuldigd is aan de verweerder op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 uitvoeringsreglement aangezien de oppositie geheel afgewezen wordt. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 13 mei 2008

Diter Wuytens  
(rapporteur)

Saskia Smits

Pieter Veeze

Administratieve behandelaar: Willy Neys