



BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2001287
van 03 september 2009

Opposant: **Aveda Corporation**
4000 Pheasant Ridge Drive
Minneapolis, Minnesota 55449
Verenigde Staten van Amerika

Gemachtigde: **Baker & McKenzie Amsterdam N.V.**
Postbus 2720
1000 CS Amsterdam
Nederland

Ingeroepen recht 1: AVEDA (Europese inschrijving 298117)

Ingeroepen recht 2: AVEDA (Benelux inschrijving 681904)

Ingeroepen recht 3: AVEDA (Europese inschrijving 2219491)

Ingeroepen recht 4:  (Benelux inschrijving 591072)

Ingeroepen recht 5: AVEDA NATUREWHITE (Europese inschrijving 2615896)

Ingeroepen recht 6: AVEDA (algemeen bekend merk)

Ingeroepen recht 7:  (algemeen bekend merk)

tegen

Verweerder: Cees J.J. Knijnenburg h.o.d.n. Lakshmi import
Middelweg 93
2241 AP Wassenaar
Nederland

Betwiste merk:  (Benelux depot 1123953)

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 21 december 2006 heeft verweerder voor waren in klasse 3 een Beneluxdepot verricht van



het teken

Dit depot is onder nummer 1123953 in behandeling genomen en op 9 januari 2007 gepubliceerd.

2. Op 30 maart 2007 heeft opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie was oorspronkelijk gebaseerd op de volgende oudere merken:

- Europese inschrijving 298117, ingediend op 14 juni 1996 en ingeschreven op 7 mei 1999 voor waren klasse 3, van het woordmerk AVEDA
- Europees depot 4030987, ingediend op 16 september 2004 voor waren en diensten in de

klassen 3, 35, 41 en 44, van het gecombineerde woord/beeldmerk 

- Benelux inschrijving 681904, ingediend op 19 januari 2000 voor waren en diensten in de klassen 5, 30, 32, 35, 39, 41 en 42, van het woordmerk AVEDA
- Europese inschrijving 2219491, ingediend op 16 mei 2001 en ingeschreven op 21 mei 2003 voor diensten in de klassen 35 en 42, van het woordmerk AVEDA
- Benelux inschrijving 591072, ingediend op 19 april 1996 voor waren en diensten in de klassen 3, 4 en 35, van het gecombineerde woord/beeldmerk



- Europese inschrijving 2615896, ingediend op 15 maart 2002 en ingeschreven op 13 oktober 2003 voor waren in klasse 3, van het woordmerk AVEDA NATUREWHITE
- het woordmerk AVEDA (algemeen bekend merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs)
- het gecombineerde woord/beeldmerk  (algemeen bekend merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs)

Opposant heeft later echter aangegeven dat hij de oppositie niet langer op Europees depot 4030987 wenste te baseren.

3. Opposant is houder van de ingeroepen inschrijvingen, zoals blijkt uit de registers.

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren van het betwiste depot. Voor wat betreft Benelux inschrijving 681904 is de oppositie gebaseerd op diensten in klasse 42, voor wat betreft Benelux inschrijving 591072 op waren in klasse 3, en voor wat betreft de overige ingeroepen rechten is de oppositie gebaseerd op alle waren en diensten.

5. 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").

6. De proceduretaal is het Nederlands.

B. Verloop van de procedure

7. De oppositie is ontvankelijk. Op 17 april 2007 verstuurde het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") de kennisgeving van ontvankelijkheid van de oppositie aan partijen en deelde daarbij mede dat de procedure, aangezien een van de ingeroepen rechten (Europees depot 4030987) nog niet was ingeschreven, ambtshalve werd opgeschort.

8. Op 29 juni 2007 deelde opposant het Bureau mede dat hij de oppositie niet langer op dit ingeroepen recht wenste te baseren.

9. Op 20 augustus 2007 berichtte het Bureau aan partijen dat de ambtshalve opschorting hiermee was opgeheven en dat de procedure zou aanvangen op 21 oktober 2007.

10. Het Bureau heeft op 25 oktober 2007 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij aan opposant een termijn is gegeven tot en met 25 december 2007 om zijn argumenten en eventuele stukken in te dienen.

11. Op 27 december 2007 heeft opposant argumenten en stukken ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Overeenkomstig regel 3.9 lid 3 van het uitvoeringsreglement (hierna: "UR") was dit tijdig, aangezien de termijn afliep op eerste kerstdag en dit de eerstvolgende dag was waarop het Bureau geopend was. De argumenten en stukken van opposant zijn op 11 januari 2008 door het Bureau aan verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 11 maart 2008 is gegeven om hierop te reageren.

12. Op 10 maart 2008 ontving het Bureau bericht van verweerder, die aangaf in dit stadium nog niet inhoudelijk te willen reageren, maar om bewijzen van gebruik te vragen. Het Bureau heeft opposant op 18 maart 2008 van dit verzoek in kennis gesteld en hem daarbij een termijn tot en met 18 mei 2008 gesteld om het gevraagde gebruiksbewijs in te dienen.

13. Op 8 mei 2008 diende opposant gebruiksbewijzen in. Verder ontving het Bureau op dezelfde datum argumenten van verweerder. Op 14 mei 2008 heeft het Bureau de argumenten van verweerder doorgestuurd naar opposant en de gebruiksbewijzen van opposant doorgestuurd naar verweerder. Verweerder werd hierbij een termijn gesteld tot en met 14 juli 2008 om nog op de gebruiksbewijzen te reageren.

14. Op 11 november 2008 heeft het Bureau aan partijen bericht dat, aangezien verweerder niet meer op de gebruiksbewijzen heeft gereageerd, de uitwisseling van argumenten was afgerond en dat het Bureau een beslissing zou nemen.

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

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

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

17. 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. Daarnaast is de oppositie gebaseerd op artikel 2.14, lid 1, sub b BVIE: het stichten van verwarring met een algemeen bekend merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

A. Argumenten van opposant

18. Opposant stelt – en legt stukken over ter onderbouwing van zijn stellingen – dat de AVEDA-merken in 1979 zijn geïntroduceerd in Amerika en sindsdien wereldwijd in een groot aantal landen, waaronder de Benelux. De AVEDA-merken zijn in 65 landen geregistreerd. Opposant verkoopt onder deze merken schoonheidsproducten op basis van bloemen- en plantenextracten, onder meer via kap- en beautysalons, exclusieve winkels en via diverse websites. Daarnaast bestaan er AVEDA salons en health spa's waarin de producten worden gebruikt en AVEDA academies waar medewerkers worden opgeleid. De omzet bedraagt de afgelopen jaren jaarlijks enkele honderden miljoenen euro wereldwijd en ook binnen de Benelux enkele miljoenen. Er worden aanzienlijke bedragen aan promotie uitgegeven. Opposant stelt, kortom, dat de AVEDA-merken bekendheid genieten en zelfs in die mate dat sprake is van algemeen bekende merken in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

19. Het woord ASHAVEDA is volgens opposant het dominerende bestanddeel van het betwiste teken, aangezien de letter "a" onderdeel van het beeldelement is en de woorden "natural organic" in een kleiner en ander lettertype zijn weergegeven en bovendien louter beschrijvend zijn. Opposant stelt dat ASHAVEDA letterlijk het woordmerk AVEDA bevat en dat de tekens visueel en auditief overeenstemmen.

20. De waren van het betwiste depot zijn naar mening van opposant identiek aan de waren waarvoor de AVEDA-merken zijn geregistreerd en worden gebruikt.

21. Opposant stelt verder dat het woord AVEDA geen betekenis heeft en niet beschrijvend is en dus een grote onderscheidende kracht heeft, die nog wordt verhoogd door de bekendheid. Daarnaast stelt opposant dat de verschillende AVEDA-producten allemaal een afzonderlijke (merk)naam hebben die het element AVEDA bevat, waardoor er sprake is van een seriemark. Het gebruik van ASHAVEDA, dat eveneens het bestanddeel AVEDA bevat, kan volgens opposant de associatie wekken dat dit tot de serie merken van opposant behoort.

22. Opposant concludeert dat de tekens zowel visueel als auditief in grote mate overeenstemmen, dat de waren identiek zijn en dat er daardoor gevaar voor verwarring bij het publiek bestaat. Dit verwarringsgevaar wordt volgens opposant vergroot door de bekendheid en de grote onderscheidende kracht van de ingeroepen rechten en doordat deze als een serie merken kunnen worden beschouwd.

23. Opposant verzoekt het Bureau om de inschrijving van het betwiste depot te weigeren en om verweerder in de kosten van de procedure te veroordelen.

24. Tenslotte merkt opposant op dat met het bij zijn argumenten gevoegde materiaal het gebruik van de ingeroepen merken is aangetoond en dat een eventueel door verweerder in te dienen verzoek om gebruiksbewijzen derhalve onnodig is. Opposant verzoekt het Bureau om een eventueel verzoek daartoe af te wijzen, teneinde de procedure niet onnodig te vertragen.

B. Reactie van verweerder

25. Zoals reeds vermeld bij het verloop van de procedure, heeft verweerder allereerst om gebruiksbewijzen gevraagd, heeft het Bureau opposant van dat verzoek in kennis gesteld en heeft opposant ook nog (aanvullende) bewijzen van gebruik ingediend. Zoals ook reeds vermeld (supra, punt 14) heeft verweerder niet meer op deze gebruiksbewijzen gereageerd.

26. Verweerder stelt dat hij tijdens zijn vooronderzoek heeft gekeken of een dergelijk bedrijf op de markt actief is, met name qua naam, uitstraling en producten, en dat AVEDA hem daarbij niet is opgevallen.

27. Het logo van het betwiste teken heeft volgens verweerder een totaal andere uitstraling dan het merk AVEDA. De huisstijl van AVEDA is veel strakker en heeft een koelere uitstraling dan ASHAVEDA natural organic, dat een meer oosterse uitstraling heeft. Verweerder stelt dat het lettertype, de kleuren en de verpakkingen voor een duidelijk onderscheidend aspect zorgen en dat het voor de consument direct duidelijk is dat het om een andere leverancier gaat, waardoor er geen verwarring kan ontstaan.

28. Verweerder stelt dat de naam ASHAVEDA een combinatie is uit de oude taal Sanskriet waarin ASHA "verwachting" betekent en VEDA "kennis" en dat hij voor deze naam heeft gekozen omdat de producten gebaseerd zijn op de Ayurvedische kruidengeneeskunde. Deze kruidengeneeskunde heeft een grote belangstelling en er zijn steeds meer producten op de markt die volgens deze principes bereid zijn. Ayurveda is, zo stelt verweerder, een geneeskunst die door niemand is te claimen en door iedereen gebruikt mag worden. Het feit dat AVEDA gebruik maakt van lettertekens die voorkomen in dit woord is volgens verweerder geen garantie op alleenrecht.

29. Verweerder stelt verder dat de producten van ASHAVEDA natural organic zijn gebaseerd op de Ayurveda en ook door gebruikers als zodanig te herkennen zijn, mede doordat op de verpakking – anders dan op AVEDA-producten – duidelijk de dosha's (Vata, Pitta, Kapha) zijn vermeld.

30. Verweerder concludeert dat zowel het woord- als het beeldelement van de ingeroepen rechten en het betwiste teken totaal verschillend zijn en verzoekt het Bureau om het betwiste depot in te schrijven.

III. BESLISSING

A. Gebruiksbewijs

31. In toepassing van de bepalingen van de artikelen 2.16, lid 3, sub a en 2.26, lid 2, sub a BVIE en regel 1.29 UR dient opposant, wanneer verweerder daarom vraagt, aan te tonen dat het ingeroepen merk normaal gebruikt is in een tijdvak van vijf jaren voorafgaand aan de datum van de publicatie van het depot waartegen de oppositie zich richt.

32. Het verzoek om indiening van gebruiksbewijzen is voor een deel van de ingeroepen rechten gegrond. Voor het vierde en het zesde ingeroepen recht geldt dat deze korter dan vijf jaar voor de datum van publicatie van het betwiste depot zijn ingeschreven en dus niet gebruikspflichtig zijn.

33. Zoals reeds vermeld (supra, punten 14 en 25) heeft verweerder niet meer gereageerd naar aanleiding van de door opposant ingediende gebruiksbewijzen. Op grond van regel 1.29, lid 4 UR kan de verweerder "*zijn aanvraag om bewijzen van gebruik in te dienen intrekken dan wel de verstrekte bewijzen als voldoende beschouwen*". In regel 1.25, sub d UR wordt bepaald dat "*feiten waarop de wederpartij niet heeft gereageerd als niet betwist worden beschouwd*". Aangezien verweerder niet is ingegaan op de door opposant ingediende gebruiksbewijzen, stelt het Bureau vast dat tussen partijen *in confesso* is dat de ingeroepen rechten normaal zijn gebruikt. Het Bureau zal de bewijzen van gebruik dan ook niet beoordelen.

34. Met betrekking tot de opmerking van opposant dat hij al bij het indienen van zijn argumenten gebruiksbewijzen had ingediend en zijn verzoek aan het Bureau om een eventueel verzoek van verweerder om gebruiksbewijs in te dienen af te wijzen (supra, punt 24), merkt het Bureau op dat oppositie een *inter partes* procedure is. Het is dus aan partijen om te bepalen welke argumenten en middelen zij over en weer aanvoeren. Opposant had er overigens ook voor kunnen kiezen om naar aanleiding van het verzoek van verweerder simpelweg te verwijzen naar de stukken die hij reeds had ingediend.

35. Hoe dan ook moet er in het kader van deze oppositie van worden uitgegaan dat de ingeroepen rechten normaal zijn gebruikt, nu deze deels niet gebruikspflichtig zijn en het normale gebruik van de overige ingeroepen rechten niet is betwist en dus moet worden geacht *in confesso* te zijn.

B.1. Verwarringsgevaar

36. 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 Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom tegen een merk dat in rangorde na het zijne komt, overeenkomstig de bepalingen in artikel 2.3, sub a en b BVIE of dat verwarring kan stichten met zijn algemeen bekende merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

37. 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*".

38. Volgens vaste rechtspraak over de uitlegging van richtlijn 2008/95/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 oktober 2008 betreffende de aanpassing van het merkenrecht der lidstaten (hierna: "Richtlijn") dient het gevaar voor verwarring bij het publiek, dat wordt gedefinieerd als het gevaar dat het publiek kan menen dat de betrokken waren of diensten van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn, globaal te worden beoordeeld, met inachtneming van alle relevante omstandigheden van het concrete geval (HvJEG, Canon, C-39/97, 29 september 1998, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juni 1999; BenGH, Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges, A 98/3, 2 oktober 2000; Marca Mode/Adidas, A 98/5, 7 juni 2002; Hoge Raad der Nederlanden, Flügel-flesje, C02/133HR, 14 november 2003; Hof van Beroep Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

39. Voor de beoordeling van het verwarringsgevaar zal om te beginnen het eerste ingeroepen recht (Europese inschrijving 298117) in aanmerking worden genomen.

Vergelijking van de waren

40. 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, Canon, reeds geciteerd).

41. Bij de vergelijking van de waren van het ingeroepen recht en de waren waartegen de oppositie is gericht, worden de waren in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in het depot. Met de opmerkingen van verweerder over het gebruik – kort gezegd voor Ayurvedische producten – dat daadwerkelijk van het betwiste teken wordt gemaakt (supra, punt 29), kan dan ook geen rekening worden gehouden voor zover dit niet blijkt uit de warenopgave van het depot.

42. De te vergelijken waren zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KI 3 Haarverzorgingsmiddelen, te weten shampoo, crèmespoeling, haarlak en haargel, kleurspoelingen, vloeistoffen voor permanent-wave; huidverzorgingsproducten, te weten vochtinbrengende crèmes, emulsies, reinigingslotions; lotions, schoonheidsmaskers en gelaatsadstringerende crèmes voor cosmetische doeleinden; cosmetische middelen, te weten lippenstiften, oogschaduw, basiscrèmes, rouges, gezichtspoeder, oogpotlood, lippenpotlood en mascara; toiletverzorgingsmiddelen voor persoonlijk gebruik, te weten reinigingslotions voor lichamelijk gebruik, eau de toilette; parfumerieën en eau de Cologne, massage oliën en lotions; zepen; etherische oliën; huidcrèmes, huidlotions, huidverzachtende en vochtinbrengende lichaamsoliën en lichaams lotions; tandreinigingsmiddelen; schoonmaakmiddelen voor huishoudelijk gebruik, te weten schoonmaakmiddelen voor alle doeleinden; bleekmiddelen en andere wasmiddelen;	KI 3 Cosmetica.

<p>vaatwasmiddelen, reinigingsmiddelen voor stoffen, ruiten- en toiletreinigingsmiddelen; reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen.</p>	
--	--

43. Het betwiste depot betreft de waar "cosmetica" en hetzelfde geldt voor het ingeroepen recht. Het feit dat bepaalde specifieke cosmetische middelen daarin zijn opgesomd, doet daaraan niet aan af. De waren zijn dus identiek.

Vergelijking van de tekens


44. 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).

45. 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 en Lloyd Schuhfabrik Meyer, beide reeds aangehaald).

46. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of meer 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).

47. Ook bij de vergelijking van de tekens geldt dat deze worden beoordeeld zoals ze in het register voorkomen. Met de opmerkingen van verweerder omtrent het gebruik van kleuren en verpakkingen (supra, punt 27) en de al dan niet daarop voorkomende aanduidingen (supra, punt 29), kan dan ook geen rekening worden gehouden voor zover dit niet uit de registergegevens blijkt.

48. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
<p>AVEDA</p>	

Visuele vergelijking

49. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk bestaande uit 5 letters: AVEDA. Het bestreden teken is een woord/beeldmerk bestaande uit een woord van 8 letters – ASHAVEDA – in letters die ogen alsof ze met de hand zijn geschreven. Hierboven staat de letter A in hetzelfde lettertype met een vette gebogen lijn ertussen. Eronder staan de woorden “natural organic” in een ander – eerder getypt – en beduidend kleiner lettertype. Het geheel is goudkleurig.

50. 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 is niet anders in geval van het bestreden teken, waar het wordelement ASHAVEDA duidelijk het dominante bestanddeel in het geheel is. Het is in grote letters in het midden geplaatst en trekt daardoor de meeste aandacht. De gebogen lijn en de letter A zullen eerder worden opgevat als versieringselementen en de ondertitel “natural organic” zal eerder worden opgevat als informatie met betrekking tot de waren dan als onderscheidend bestanddeel van het teken.

51. Het ingeroepen merk en het dominante bestanddeel van het betwiste teken, AVEDA en ASHAVEDA, delen vijf letters. AVEDA vormt daarbij de laatste vijf letters van ASHAVEDA. Bovendien geldt dat de eerste letter van beide woorden identiek is.

52. De gelijkenissen zijn daarmee groter dan de verschilpunten, hetgeen tot gevolg heeft dat de tekens in visueel opzicht in zekere mate overeenstemmen.

Auditieve vergelijking

53. Het ingeroepen merk bestaat uit drie lettergrepen, A-VE-DA, waarbij de klemtoon op de eerste lettergreep ligt die lang (als “aa”) zal worden uitgesproken. Het dominante bestanddeel van het betwiste depot bestaat uit vier lettergrepen, A-SHA-VE-DA, waarbij niet geheel duidelijk is waar de klemtoon komt te liggen. Sommige mensen zullen de eerste lettergreep eveneens als lange “aa”-klank uitspreken, anderen als korte “a”-klank. In beide gevallen is overigens aannemelijk dat de klemtoon op de “aa” of “a” valt en dat de tweede lettergreep, die als “sja” zal worden uitgesproken, minder wordt beklemtoond. De laatste twee lettergrepen zullen identiek worden uitgesproken. De ondertitel “natural organic” zal eerder worden opgevat als informatie met betrekking tot de waren dan als onderscheidend bestanddeel van het teken en zal dus waarschijnlijk, evenals de enkele letter “A” bovenin het logo, niet worden uitgesproken.

54. Al met al zijn ook hier de gelijkenissen groter dan de verschillen, hetgeen tot gevolg heeft dat de tekens in auditief opzicht in zekere mate overeenstemmen.

Begripsmatige vergelijking

55. Gesteld noch gebleken is dat het ingeroepen merk, AVEDA, enige betekenis heeft. Verweerder stelt dat het betwiste teken, ASHAVEDA, is samengesteld uit woorden in het Sanskriet: ASHA voor “verwachting” en VEDA voor “kennis”. Dit moge zo zijn, het valt echter te betwijfelen of het in aanmerking komend publiek (zie infra, punt 59) met deze betekenis bekend zal zijn.

56. Hoe dan ook geldt dat tenminste één van beide tekens geen betekenis heeft, waardoor het begripsmatige aspect geen rol speelt bij de vergelijking van de tekens.

Conclusie vergelijking van de tekens

57. De tekens stemmen visueel en auditief in zekere mate overeen. Een begripsmatige vergelijking is niet aan de orde.

B.2. Overige factoren

58. 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.

59. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn. 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). Voor zowel het ingeroepen merk als het betwiste teken geldt dat deze zijn gedeponeerd voor cosmetische producten. Deze waren zijn uit hun aard gericht op het grote publiek, waarbij van een normaal aandachtsniveau moet worden uitgegaan.

60. Het verwarringsgevaar is 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 (HvJEG, Canon, Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, alle reeds geciteerd). Het ingeroepen recht is niet beschrijvend en beschikt dus van huis uit over een normaal onderscheidend vermogen.

61. Voor zover in de stellingen van verweerder over de Ayurvedische kruidengeneeskunde moet worden gelezen dat AVEDA hiernaar zou verwijzen en dus van huis uit minder onderscheidend zou zijn, kan worden opgemerkt dat op geen enkele wijze aannemelijk is gemaakt dat AVEDA als verkorting van Ayurveda wordt gebruikt of als zodanig wordt opgevat. Bovendien heeft opposant gesteld (supra, punt 18) en ook genoegzaam met stukken aangetoond, dat het ingeroepen recht intensief is gebruikt waardoor het onderscheidend vermogen eerder hoger dan lager dan normaal is. Hoe dan ook stemt ASHAVEDA overigens meer overeen met AVEDA dan het woord Ayurveda dat met beide tekens doet.

62. Voor zover in de stelling van verweerder dat hij vooronderzoek heeft verricht en dat AVEDA hem daarbij niet is opgevallen (supra, punt 26) moet worden gelezen dat hij stelt te goeder trouw te zijn, kan worden opgemerkt dat het in een oppositie gaat om de vraag of er verwarringsgevaar bij het publiek bestaat en dat het al dan niet te goeder trouw zijn van partijen daarbij niet ter zake doet.

63. 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, beide reeds geciteerd).

C. Conclusie

64. Merk en teken stemmen visueel en auditief in zekere mate overeen. Begripsmatige overeenstemming is niet aan de orde. De waren zijn identiek. Het Bureau is dan ook van oordeel dat het publiek kan menen dat de waren van dezelfde of economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn en dat er dus sprake is van gevaar voor verwarring.

65. Aangezien de oppositie reeds slaagt op basis van het eerste ingeroepen recht, hoeft aan de volgende ingeroepen rechten en aan de vraag of er sprake is van algemeen bekende merken in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs of van een seriemark (supra, punt 21), niet te worden toegekomen.

IV. BESLUIT

66. De oppositie wordt toegewezen.

Om deze redenen beslist het Bureau dat

67. De oppositie met nummer 2001287 gegrond is.

68. Benelux depot met nummer 1123953 niet wordt ingeschreven.

69. Verweerder 1.000 euro verschuldigd is aan opposant op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 UR, aangezien de oppositie geheel toegewezen wordt. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 3 september 2009

Pieter Veeze
(rapporteur)

Diter Wuytens

Camille Janssen

Administratieve behandelaar: Willy Neys / Vincent Munier