

**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**  
**BESLISSING inzake OPPOSITIE**  
**N° 2001744**  
**van 9 februari 2009**

**Opposant:** **MAIRDUMONT GmbH & Co. KG**  
Marco-Polo-Str. 1  
73760 Ostfildern (Kemnat)  
Duitsland

**Gemachtigde:** **Office Kirkpatrick**  
32, avenue Wolfers  
1310 La Hulpe  
België

**Ingeroepen recht:** Europese inschrijving 1889666  
  
FALK  
  
*tegen*

**Verweerder:** **DDK&Partners BV**  
Vondellaan 12  
3521 GD Utrecht  
Nederland

**Betwiste merk:** Benelux depot 1132192



## I. FEITEN EN PROCEDURE

### A. Feiten

1. Op 27 maart 2007 heeft verweerder de aanvraag tot inschrijving van het woord-/beeldmerk



ingediend ter onderscheiding van waren en diensten in de klassen 09, 16, 35, 36, 38, 42 en 45. De aanvraag is onder nummer 1132192 in behandeling genomen en gepubliceerd op 21 mei 2007.

2. Op 30 juli 2007 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op het volgende eerdere woordmerk:

- Europese inschrijving 1889666 FALK ingediend op 6 oktober 2000 en ingeschreven op 12 november 2003 voor waren en diensten in de klassen 9, 16, 35, 38, 39, 41 en 42.

3. De opposant is de houder van de ingeroepen Europese inschrijving zoals blijkt uit het register.

4. De oppositie is ingesteld tegen een deel van de waren en diensten in de klassen 9, 16, 35 en 38 van de betwiste aanvraag tot inschrijving.

5. De oppositie is gebaseerd op alle waren en 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.

7. De proceduretaal is het Nederlands.

### B. Verloop van de procedure

8. De oppositie is ontvankelijk en is ter kennis gebracht van partijen op 1 augustus 2007.

9. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 2 oktober 2007. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna het Bureau) heeft op 5 oktober 2007 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden.

10. Op 5 december 2007 heeft de opposant argumenten en stukken ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze argumenten zijn op 12 december 2007 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en 12 februari 2008 is gegeven om hierop te reageren.

11. Op 15 februari 2008 heeft het Bureau een mededeling aan beide partijen gestuurd dat, gezien het ontbreken van argumenten van verweerder, het Bureau over zou gaan tot het nemen van een beslissing, aangezien verweerder door te reageren op de proceduretaal wel inzake de oppositie gereageerd heeft in de zin van artikel 2.16, lid 3, sub b.

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 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.

14. Opposant is van mening dat er bij het relevante publiek uit moet worden gegaan van de perceptie van een redelijk oplettende geïnformeerde en omzichtige persoon in de Benelux en dat is in deze procedure, gezien de waren, het ruime publiek in het algemeen.

15. Bij de vergelijking tussen de waren en diensten stelt opposant dat de waren 'drukwerken' in klasse 16 en 'reclame' in klasse 35 van de verweerder eveneens terug te vinden zijn in het merk van opposant. Bijgevolg zijn de waren identiek. De waren uit klasse 9 van verweerder zijn identiek, zo niet soortgelijk aan het merk van opposant, het gaat volgens opposant om complementaire en eventuele concurrerende waren. De diensten uit klasse 38 zijn soortgelijk, beide diensten zijn nauw met elkaar verbonden en hebben betrekking op (toegang tot) (tele)communicatie.

16. Opposant geeft aan dat het merk van opposant een woordmerk is. Het merk van de verweerder is een woord-beeldmerk, waarbij de aanduiding FALX.nl in witte letters is geplaatst op een blauwe achtergrond bestaande uit een rechthoek met afgeronde hoeken. Onder FALX.nl staat de slagzin "Wonen en leven in Utrecht e.o." in een opvallend kleiner lettertype in het lichtblauw. Het element FALX is het dominante element en de slagzin is beschrijvend, aldus opposant. Opposant stelt dat bij verbale merken of merken waarbij het woordelement dominant is, het eerste gedeelte over het algemeen het gedeelte is dat voornamelijk de aandacht van de consument trekt. Volgens opposant wordt het oudere merk bijna volledig omvat door het jongere merk. De eerste 3 letters (fonetisch de eerste 4 letters) van beide merken zijn identiek. Dit identieke gedeelte zal dan ook nog duidelijker herinnerd worden dan de rest.

17. Opposant is van mening dat de tekens visueel gelijkend zijn en dat de eerste drie letters van het ingeroepen recht en van het dominante element van het bestreden teken identiek zijn. Bovendien zijn de X en de K visueel overeenstemmende letters. Opposant geeft verder aan dat het beeldelement van het jongere merk niet onderscheidend is. Globaal genomen bestaat er dus een visuele gelijkenis tussen beide tekens.

18. Beide tekens hebben -fonetisch gezien- dezelfde letters "FALK", met bij het bestreden merk de toevoeging van de uitspraak van de "S". Opposant besluit dat er fonetisch weliswaar verschillen zijn tussen de tekens, maar dat de gelijkenissen overduidelijk doorslaggevend zijn. Er bestaat dus een sterke auditieve gelijkenis tussen beide tekens.

19. Op conceptueel vlak heeft het oudere teken volgens opposant geen specifieke betekenis. Voor het jongere merk geldt volgens opposant dat de slagzin die in het merk is opgenomen beschrijvend is en ook het dominante element FALX heeft geen betekenis. Gelet op het uitgevonden karakter van het

oudere merk en het dominante element (FALX) van het jongere merk, kan het relevante publiek meer moeite hebben om beide merken te onthouden en te onderscheiden. Het relevante publiek ziet mogelijk een verband tussen beide tekens, aangezien het jongere teken het oudere teken grotendeels omvat, aldus opposant.

20. Bij de totaalindruk stelt opposant dat, gelet op de sterke visuele en auditieve gelijkenissen en een zekere conceptuele gelijkenis tussen de tekens, er dient te worden besloten dat de totaalindruk van de tekens overeenstemt. De verschilpunten tussen de tekens zijn niet voldoende sterk om tot een andere totaalindruk te komen.

21. Er is verwarringsgevaar aanwezig volgens de opposant omdat de betrokken waren identiek, zo niet soortgelijk zijn en de betrokken tekens zijn visueel, fonetisch en conceptueel overeenstemmend, zodoende dat er een reëel verwarringsgevaar bestaat tussen het oudere en het jongere merk.

22. Opposant verzoekt de oppositie te aanvaarden en de inschrijving van het teken door te halen voor de waren en diensten waartegen de oppositie zich richt.

23. Opposant verzoekt bovendien de deposant in de kosten te verwijzen.

24. Verweerder heeft geen argumenten ingediend (zie supra, overweging 11).

### **III. BESLISSING**

#### **A.1 Verwarringsgevaar**

25. 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.

26. 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."

27. Volgens vaste rechtspraak over de uitlegging van richtlijn 89/104/EEG van de Raad van 21 december 1988 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).

### Vergelijking van de waren

28. 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).

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

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
Klasse 9 Bespeelde gegevensdragers, waaronder interactieve geheugenmedia; computerbesturings- en -gebruikersprogramma's; gegevensverwerkende apparatuur en randapparatuur hiervoor, voor stationair en mobiel gebruik; radionavigatieapparatuur en -systemen.	Klasse 9 Apparaten voor het opnemen, het overbrengen en het weergeven van geluid of beeld; magnetische gegevensdragers; gegevensverwerkende apparatuur en computers.
Klasse 16 Drukwerken; schrijfbehoeften, kantoorartikelen (uitgezonderd meubelen).	Klasse 16 Drukwerken.
Klasse 35 Reclame; kaartbemiddeling voor evenementen.	Klasse 35 Reclame.
Klasse 38 Telecommunicatie, te weten overbrenging van informatie voor recreanten en reizigers, behalve overbrenging van informatie met betrekking tot veiligheid.	Klasse 38 Verhuur van toegangstijd tot computerdatabases via internet en andere elektronische middelen.
Klasse 39 Reisbemiddeling; reisorganisatie.	
Klasse 41 Het verstrekken van opvoeding; ontspanning; culturele activiteiten; uitgave van handelsadresboeken.	
Klasse 42 Computerprogrammering; het ter beschikking stellen en bewerken van cartografische en toeristische gegevens alsmede levering van andere diensten op het gebied van geografische informatiesystemen.	

#### *Klasse 9*

30. De waren in klasse 9 van verweerder, te weten "apparaten voor het opnemen, het overbrengen en het weergeven van geluid of beeld; magnetische gegevensdragers; gegevensverwerkende apparatuur en computers" zijn identiek danwel soortgelijk aan de waren in klasse 9 van opposant. Het gaat immers in beide gevallen om gegevensverwerkende apparatuur en gegevensdragers.

#### *Klasse 16*

31. Drukwerken komen expressis verbis in beide warenlijsten voor, deze zijn derhalve identiek.

*Klasse 35*

32. Reclame komt expressis verbis in beide dienstenlijsten voor, deze zijn derhalve identiek.

*Klasse 38*

33. De dienst "verhuur van toegangstijd tot computerdatabases via internet en andere elektronische middelen" in klasse 38 van verweerder is naar oordeel van het Bureau soortgelijk aan de waren en diensten van opposant. Telecommunicatie is communicatie over grote afstand met elektronische middelen en heeft als doel personen met elkaar of met informatie in contact te brengen. De waren in klasse 9 van opposant kunnen als complementair beschouwd worden aan de diensten van verweerder, nu deze waren gebruikt kunnen worden om de communicatie tot stand te brengen (zie in die zin ook BBIE, oppositiebeslissing Pataco, nummer 2000751, 24 april 2008). Een computer met bijbehorende software is benodigd om toegang te verkrijgen tot een databank. Bovendien kunnen databases op bespeelde gegevensdragers staan.

34. Voor wat betreft de diensten in klasse 38 van opposant, is het Bureau van oordeel dat deze ook soortgelijk zijn aan die van verweerder. Middels telecommunicatie wordt immers informatie ontsloten. Ook door verhuur van toegangstijd ontsluit men informatie en communiceert men over afstand met behulp van elektronische middelen.

35. Het Bureau is van oordeel dat de waren en diensten deels identiek, deels soortgelijk zijn.

**Vergelijking van de tekens**


36. 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).

37. De globale beoordeling van het verwarringsgevaar dient wat de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkheid 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).

38. 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).

39. In het algemeen stemmen twee merken overeen wanneer zij in de ogen van het relevante publiek tenminste voor een deel gelijk zijn wat één of meer relevante aspecten betreft (GEA, MATRATZEN, T-6/01, 23 oktober 2002), te weten de visuele, auditieve en begripsmatige aspecten.

40. De te vergelijken tekens zijn de volgende :

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
<b>FALK</b>	

#### *Visuele vergelijking*

41. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk van vier letters, FALK.

42. Het bestreden merk is een gecombineerd woord-/beeldmerk dat bestaat uit een wordelement van vier letters, FALX, in een wit lettertype opgenomen in een blauwe rechthoek met afgeronde hoeken. Daarbij is de extensie .nl opgenomen en het onderschrift "wonen en leven in Utrecht e.o.".

43. 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.

44. Gezien de presentatie van het merk is het element FALX het dominante element in het merk van verweerder; dit is groot weergegeven en staat als eerste onderdeel in de totaalindruk van het merk opgenomen. De internet extensie en het onderschrift zullen naar oordeel van het Bureau door de consument eerder opgevat worden als informatie met betrekking tot de waren en diensten waarvoor het merk gebruikt wordt.

45. De eerste drie letters van beide tekens zijn identiek en staan op dezelfde positie. Overeenkomstig hetgeen het Gerecht van Eerste Aanleg in zijn arrest MUNDICOR heeft beslist, zal de consument normaal meer belang hechten aan het eerste deel van woorden (zie GEA, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004).

46. De laatste letters van beide merken verschillen, bij het ingeroepen recht eindigt het woord op een "K" en bij het merk van verweerder eindigt het dominante woord op een X. Visueel hebben deze letters echter overeenkomsten; het zijn beide letters bestaande uit rechte lijnen, die uiteen lopen op het einde.

47. Om deze redenen is het Bureau van oordeel dat de tekens in hun totaliteit visueel overeenstemmen.

#### *Auditieve vergelijking*

48. Hoewel er in het merk van verweerder een onderschrift is opgenomen, is het Bureau van oordeel dat voor de auditieve vergelijking moet worden gekeken naar de uitspraak van het dominerende wordelement, te weten FALX ten opzichte van FALK, aangezien het onderschrift niet uitgesproken zal worden bij het merk (zie in deze zin ook BBIE, oppositiebeslissing HOLLANDER, 2000980, 30 juni 2008).

49. Zowel het ingeroepen recht als het dominante wordelement van het bestreden teken bestaan uit één lettergreep. Auditief is het merk van opposant volledig opgenomen in het merk van verweerder. Alleen de eindletter verschilt doordat bij de uitspraak van de X een "S" achter het woord wordt opgenomen. De overeenstemmingen zijn in casu echter groter dan de verschillen, waardoor de totaalindruk is dat de tekens overeenstemmen.

50. Het Bureau is van oordeel dat op auditief vlak de tekens overeenstemmen.

#### *Begripsmatige vergelijking*

51. Het ingeroepen recht en het teken van verweerder roepen beide het idee van een valk op, ondanks dat dit in geen enkele in de Benelux begrepen taal een correcte vertaling is. Begripsmatig stemmen de tekens dan ook in zekere mate overeen.

#### *Conclusie*

52. De tekens stemmen visueel, auditief en begripsmatig overeen.

#### **A.2. Overige relevante factoren**

53. 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.

54. 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).

55. 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). Zowel de waren en diensten van het bestreden teken, als van het ingeroepen recht kunnen zich richten naar de gewone gemiddelde consument.

#### **B. Conclusie**

56. De waren en diensten zijn deels identiek en deels soortgelijk. De tekens stemmen visueel, auditief en begripsmatig overeen. Het Bureau is van oordeel dat het publiek van mening kan zijn dat de



waren afkomstig zijn van dezelfde of van economisch verbonden ondernemingen en dat er sprake is van gevaar voor verwarring.

#### IV **BESLUIT**

57. De oppositie wordt geheel toegewezen.

*Om deze redenen beslist het Bureau dat*

58. Oppositie met nummer 2001744 gegrond is.

59. Het betwiste Benelux depot met nummer 1132192 niet ingeschreven wordt voor de waren en diensten waartegen de oppositie zicht richt, te weten:

- Klasse 9 Apparaten voor het opnemen, het overbrengen en het weergeven van geluid of beeld; magnetische gegevensdragers; gegevensverwerkende apparatuur en computers.
- Klasse 16 Drukwerken.
- Klasse 35 Reclame.
- Klasse 38 Verhuur van toegangstijd tot computerdatabases via internet en andere elektronische middelen.

60. Het betwiste Benelux depot met nummer 1132192 wel ingeschreven wordt voor de waren en diensten waartegen de oppositie zich niet richt, te weten:

- Klasse 9 Wetenschappelijke, zeevaarkundige, landmeetkundige, fotografische, cinematografische, optische, weeg-, meet-, sein-, controle- (inspectie-), hulpverlenings- (reddings-) en onderwijstoestellen en -instrumenten; apparaten en instrumenten voor de geleiding, de distributie, de omzetting, de opslag, het regelen en het beheersen van elektriciteit; schijfvormige geluidsdragers; verkoopautomaten en mechanismen voor apparaten met vooruitbetaling; kasregisters, rekenmachines, brandblusapparaten.
- Klasse 16 Papier, karton en hieruit vervaardigde producten voor zover niet begrepen in andere klassen; boekbinderswaren; foto's; schrijfbehoeften; kleefstoffen voor kantoorgebruik of voor de huishouding; materiaal voor kunstenaars; penselen; schrijfmachines en kantoorartikelen (uitgezonderd meubelen); leermiddelen en onderwijsmateriaal (uitgezonderd toestellen); plastic materialen voor verpakking, voor zover niet begrepen in andere klassen; drukletters; clichés.
- Klasse 35 Commerciële zaken; marketing en public relations; zakelijke hulpverlening bij de bedrijfsvoering en administratieve dienstverlening in het kader van bedrijfsorganisatorische werkzaamheden; reclame- en marketingadviezen verband houdende met het zaken doen via Internet; reclame- en marketingadviezen verband houdende met e-commerce; zakelijke administratie en informatie; marketing en direct marketing diensten van een databank,

waaronder databasebeheer, elektronische opslag van data en het verzamelen van gegevens en data-analyse; advisering, informatieverstrekking en raadgeving op voornoemd gebied; organisatie en presentatie van promotionele activiteiten; het verstrekken van informatie (ook via een wereldwijd computernetwerk) over merchandising; het houden van veilingen via een interactief on-line bulletinboard op een wereldwijd computernetwerk; het langs elektronische weg ter beschikking stellen van zakelijke informatie; het langs elektronische weg demonstreren van producten en diensten, in het bijzonder op het gebied van wonen (teleshopping en homeshopping); commercieel beheer van zaken; het verzorgen van mailings; handelsinformatie, marktwerking, -onderzoek en -analyse, ook via een wereldwijd computernetwerk.

- Klasse 36 Bemiddeling en advisering bij hypotheek, verzekeringen, pensioenen, sparen, kredieten, financiële zaken en monetaire zaken; makelaardij en bemiddeling bij de handel in onroerende goederen; voornoemde diensten al dan niet te verlenen via een wereldwijd computernetwerk.
- Klasse 42 Automatiseringsadviezen over gebruik en toepassing van Internet met betrekking tot e-commerce; ontwerpen van informatiesystemen; programmering van informatiesystemen; voornoemde diensten al dan niet te verlenen via een wereldwijd computernetwerk.
- Klasse 45 Onderzoek en advisering inzake juridische kwesties; voornoemde diensten al dan niet te verlenen via een wereldwijd computernetwerk.

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

Den Haag, 9 februari 2009

Saskia Smits  
(rapporteur)

Camille Janssen

Pieter Veeze

Administratieve behandelaar: Raphaëlle Gérard