

**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**  
**BESLISSING inzake OPPOSITIE**  
**N° 2001939**  
**van 7 april 2009**

**Opposant:** **Senior Publications Nederland B.V.**  
Amalialaan 126  
3743 KJ Baarn  
Nederland

**Gemachtigde:** **Merkenbureau Hendriks & Co. B.V.**  
Postbus 379  
1400 AJ Bussum  
Nederland

**Ingeroepen recht 1:** Benelux inschrijvingsnummer: 724353



**Ingeroepen recht 2:** Benelux inschrijvingsnummer: 769812

PLUS MAGAZINE

*tegen*

**Verweerder:** **OLTHOF/ M&MP B.V.**  
Terborgseweg 47  
7064 AB Silvolde  
Nederland

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

**Betwiste merk:** Benelux inschrijvingsnummer: 826156



## I. FEITEN EN PROCEDURE

### A. Feiten

1. Op 27 juni 2007 heeft verweerder de aanvraag tot inschrijving van het gecombineerd woord-



/beeldmerk ingediend ter onderscheiding van waren en diensten in de klassen 16, 35 en 41. Overeenkomstig artikel 2.8 lid 2 van het Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (hierna: "BVIE"), heeft verweerder verzocht om onverwijld tot inschrijving over te gaan (zgn. spoedinschrijving). Deze spoedinschrijving is onder nummer 826156 in behandeling genomen en gepubliceerd op 9 juli 2007.

2. Op 24 september 2007 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op de volgende eerdere merken:

- Benelux inschrijving 724353 van het gecombineerde woord/beeldmerk



ingediend op 28 maart 2003 voor waren en diensten in de klassen 9, 16 en 41.

- Benelux inschrijving 769812 van het woordmerk PLUS MAGAZINE, ingediend op 16 februari 2005 voor waren en diensten in de klassen 9, 16 en 41.

3. De opposant is de houder van de ingeroepen Benelux inschrijvingen zoals blijkt uit het register.

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren en diensten van de betwiste aanvraag tot inschrijving. De oppositie is gebaseerd op de waren en diensten in de klassen 16 en 41 van de ingeroepen rechten.

5. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14, lid 1, sub a van het BVIE.

6. De proceduretaal is het Nederlands.

### B. Verloop van de procedure

7. De oppositie is ontvankelijk en is ter kennis gebracht van partijen op 18 oktober 2007.

8. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 19 december 2007. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna "het Bureau") heeft op 21 december 2007 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij aan opposant een termijn is gegeven tot en met 21 februari 2008 voor het indienen van zijn argumenten en eventuele stukken ter ondersteuning daarvan.

9. Op 20 februari 2008 heeft de opposant argumenten en stukken ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze argumenten zijn op 25 februari 2008 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 25 april 2008 is gegeven om hierop te reageren.

10. Op 24 april 2008 heeft verweerder gereageerd op de argumenten van opposant. Het Bureau heeft de reactie van verweerder doorgestuurd naar opposant op 30 april 2008.

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

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.

### **A. Argumenten van opposant**

14. Opposant stelt dat de waren en diensten identiek dan wel in hoge mate soortgelijk zijn. Dit blijkt ook uit de administratieve indeling in klassen, aldus opposant.

15. Voor wat betreft de waren in klasse 16 van het teken van verweerder geldt, volgens opposant, dat deze identiek dan wel in hoge mate soortgelijk zijn aan de waren van klasse 16 van de merken van opposant.

16. Voor wat betreft de diensten in klasse 35 van het teken van verweerder stelt opposant dat deze alleen maar betrekking kunnen hebben op ondersteunende diensten voor het tijdschrift van verweerder. Daarom zijn deze diensten complementair aan de producten van klasse 16 en om die reden soortgelijk te achten aan de producten en diensten die door de inschrijvingen van opposant worden bestreken, aldus opposant.

17. De diensten in klasse 41 van het teken van verweerder acht opposant identiek aan de diensten in dezelfde klasse van zijn merken.

18. Bij vergelijking van de merken en het teken stelt opposant vast dat deze in de eerste plaats begripmatig identiek zijn dan wel sterk overeenstemmen. Santé is als onderdeel van het beeldmerk PLUSanté immers de Franse vertaling van gezondheid, welk woord deel uitmaakt van het teken van verweerder. De betekenis van het Franse woord santé kan in de hele Benelux als algemeen bekend worden verondersteld en maakt ook deel uit van het normale Nederlandse/Vlaamse taalgebruik. Bovendien is het Frans een officiële taal van de Benelux waardoor sprake is van overeenstemming van rechtswege op grond van artikel 2.20 lid 4 BVIE, aldus opposant.

19. De begripsmatige overeenstemming wordt volgens opposant nog versterkt doordat zijn beeldmerk ook het woord GEZONDHEID bevat, hoewel opposant toegeeft dat dat in de afbeelding slecht zichtbaar is. Het woord GEZONDHEID komt ook voor in de tekst van het merk zoals door het Benelux Bureau geadministreerd.
20. Ten slotte bevatten zowel het teken als de merken van opposant het plusteken respectievelijk hetzelfde element PLUS, waardoor de begripsmatige overeenstemming volkomen is, aldus opposant.
21. De visuele overeenstemming ziet opposant met name hierin gelegen dat het plusteken in het teken van verweerder in een afwijkende kleur (oranje) is uitgevoerd, terwijl het wordelement PLUS van zijn beeldmerk eveneens in een afwijkende kleurstelling is uitgevoerd. Niet alleen zijn dit kleuren die nauw verwant zijn aan elkaar, eveneens wordt hierdoor in beide tekens de nadruk gelegd op het plusteken respectievelijk het woord PLUS.
22. Ook op auditief vlak stemmen de merken en de tekens overeen, aldus opposant. Immers, het plusteken in het teken van verweerder wordt identiek uitgesproken als het element PLUS in beide merken van opposant.
23. Opposant acht het aannemelijk dat het in aanmerking komend publiek het teken en zijn merken met elkaar verwart, gelet op de identieke dan wel in hoge mate soortelijke waren en diensten. Immers, hoe groter de soortgelijkheid van de betrokken waren en diensten is, hoe groter het verwarringsgevaar is.
24. In dit verband acht opposant het eveneens relevant dat verweerder zich met zijn tijdschrift inhoudelijk richt op een deel van dezelfde markt als opposant. In dit tijdschrift wordt immers ingegaan op allerlei gezondheidsvraagstukken, die ook in de tijdschriften van opposant aan de orde komen. Opposant adstrueert dit met een drietal afdrukken van de voorpagina van het tijdschrift van verweerder.
25. Het verwarringsgevaar wordt nog versterkt doordat het woordmerk van opposant als tijdschrift voor senioren een groot marktaandeel heeft, hetgeen reeds mag blijken uit het feit dat op de voorkant van dit tijdschrift staat aangegeven dat dit meer dan 1,4 miljoen lezers heeft. Ter adstructie voegt opposant een afdruk bij van een voorpagina van zijn tijdschrift.
26. Naast het direct verwarringsgevaar is eveneens indirect verwarringsgevaar aanwezig, aldus opposant. Het in aanmerking komend publiek zou immers gemakkelijk kunnen denken dat de waren en diensten waarvoor het teken van verweerder is gedeponeerd afkomstig zijn van opposant.
27. Dit gevaar voor verwarring wordt versterkt doordat opposant, naast de door hem ingeroepen merken, nog beschikt over een tweetal andere merkinschrijvingen waarvan de aanduiding PLUS deel uitmaakt, te weten: PLUS MAGAZINE, OMDAT U MEER WILT WETEN en PLUS WONEN. Ten slotte is een zusterbedrijf van opposant rechthebbende op het merk PLUSWOMAN.
28. Het gaat hier derhalve om een seriemark van opposant, telkens de aanduiding PLUS bevattende, en in geval van een beeldmerk is het element PLUS in rood uitgevoerd.

29. Verder wordt de verwarring vergroot doordat het plusteken van het teken van verweerder veelal voluit wordt uitgeschreven, zowel in de domeinnaam van verweerder als op diens website. Ter adstructie voegt opposant hiervan een tweetal afdrucken bij.

30. Opposant verzoekt het Bureau de inschrijving van het teken van verweerder te weigeren, met verwijzing van aanvrager in de kosten van de oppositie.

## **B. Reactie van verweerder**

31. Volgens verweerder lijkt het beeldmerk van opposant op geen enkele wijze op het door hem aangevraagde teken. In het beeldmerk staat het wordelement PLUS in hoofdletters, terwijl in kleine letters het wordelement ANTÉ staat. Van een los wordelement SANTE is volgens verweerder dan ook geen sprake. Daarentegen komt het wordelement GEZONDHEID prominent naar voren in de aanvraag van verweerder. Verder staat het wordelement PLUS als voorvoegsel in het beeldmerk, terwijl in het teken van verweerder het gestileerde plusteken achteraan staat, overigens ook niet in dezelfde grootte en niet op gelijke hoogte als het wordelement. Bovendien bevat het teken van verweerder de ondertitel MAGAZINE VOOR GEZOND LEVEN, welke ondertitel het ingeroepen recht ontbeert. Daarentegen bevat het ingeroepen beeldmerk een balk, die niet aanwezig is bij het teken van verweerder.

32. Ten slotte is het plusteken in het teken van verweerder geen gewoon plusteken, maar een gestileerd plusteken in een speciale schrijfwijze en daarenboven uitgevoerd in een speciale kleur, welke kleur beduidend afwijkt van de kleur van het beeldmerk van opposant. Dit onderscheidend plusteken komt overigens in geen van beide merken van opposant voor.

33. Ten aanzien van het woordmerk PLUS MAGAZINE meent verweerder dat van beide wordelementen alsmede van de combinatie ervan een zeer beperkte beschermingsomvang uitgaat, gelet op het beschrijvend karakter. Ook hier ontbreekt bij het ingeroepen merk het bij verweerder kenmerkende wordelement GEZONDHEID.

34. Beide door opposant ingeroepen merken zijn geregistreerd voor de klassen 16 en 41, zodat de bescherming van deze merken zich niet uitstrekt tot klasse 35, aldus verweerder.

35. Verweerder bestrijdt dat er sprake is van een zogenaamd seriemark PLUS en merkt in dit kader op dat er meer dan duizend Benelux merkregistraties zijn die dit element bevatten. Bovendien heeft opposant in geen van zijn registraties op enige wijze het plusteken in welke vorm dan ook geregistreerd.

36. Verweerder merkt op dat het feitelijk gebruik van de merken van opposant aanzienlijk afwijkt van de merken zoals zij geregistreerd zijn. Verweerder adstrueert dit met een afdruk van een voorpagina van het tijdschrift van opposant. Verweerder voegt eveneens een afdruk bij van een voorpagina van zijn eigen tijdschrift, om aan te tonen dat geen sprake is van enige overeenstemming, laat staan van zodanige overeenstemming dat er bij het in aanmerking komend publiek verwarring kan ontstaan.

37. Verweerder stelt dat het ingeroepen beeldmerk van opposant op geen enkele wijze is gebruikt.

38. Het verspreidingsgebied van beide tijdschriften is naar het oordeel van verweerder verschillend: terwijl zijn tijdschrift uitsluitend verkrijgbaar is bij zelfstandige apotheken, drogisten en reformzaken, is het tijdschrift van opposant in het geheel niet in apotheken, drogisten en reformzaken verkrijgbaar, doch uitsluitend te koop in de tijdschriftenhandel. De tijdschriften zijn dus nooit naast elkaar op eenzelfde locatie verkrijgbaar, aldus verweerder.

39. Ook de doelgroepen van opposant en verweerder zijn verschillend, zo stelt verweerder. Anders dan opposant stelt, richt zijn tijdschrift zich op vrouwen van 30+, aldus verweerder.

40. Qua inhoud richt het tijdschrift van opposant zich slechts voor een gering deel op gezondheid, terwijl het magazine van verweerder uitsluitend onderwerpen betreft die te maken hebben met (natuurlijke) gezondheid, aldus verweerder.

41. Verweerder is van mening dat er geen sprake is van zodanige overeenstemming dat er bij het in aanmerking komend publiek verwarring kan ontstaan. Om die reden verzoekt verweerder het Bureau de oppositie af te wijzen, de aanvraag van verweerder te accepteren voor registratie en de opposant te veroordelen in alle kosten van deze oppositieprocedure.

### **III. BESLISSING**

#### **A.1. Verwarringsgevaar - algemeen**



42. 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.

43. 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."

44. 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 tekens en de waren en diensten**

45. De te vergelijken tekens en waren en diensten zijn de volgende:

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
	
<p>KI 16 Papier, karton en hieruit vervaardigde producten voor zover niet begrepen in andere klassen; drukwerken, tijdschriften; 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.</p>	<p>KI 16 Papier, karton en hieruit vervaardigde producten voor zover niet begrepen in andere klassen; drukwerken; 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.</p>
	<p>KI 35 Reclame; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; administratieve diensten.</p>
<p>KI 41 Opvoeding; opleiding; ontspanning; sportieve en culturele activiteiten.</p>	<p>KI 41 Opvoeding; opleiding; ontspanning; sportieve en culturele activiteiten.</p>
<p><b>PLUS MAGAZINE</b></p>	
<p>KI 16 Papier en karton en hieruit vervaardigde producten, voor zover begrepen in deze klasse; boeken, tijdschriften, magazines, brochures, catalogi, kalenders en andere drukwerken; papierwaren (voor zover niet begrepen in andere klassen); agenda's; verzamelbanden voor drukwerken.</p>	
<p>KI 41 Het publiceren en uitgeven van boeken, tijdschriften, magazines, brochures, catalogi, kalenders en andere drukwerken, ook via Internet, ook via andere elektronische weg; opvoeding; onderwijs; opleidingen en cursussen; het</p>	

<p>organiseren van beurzen en andere evenementen voor educatieve, culturele, sportieve en ontspannende doeleinden; het uitgeven van software; het geven van educatieve informatie, online, met behulp van databases of via Internet; diensten van databanken bevattende educatieve en culturele informatie.</p>	
---	--

### ***Vergelijking van de tekens***

46. 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).

47. 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.

48. 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 bezien, 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).

49. Volgens vaste rechtspraak beschouwt het publiek over het algemeen een beschrijvend element van een samengesteld merk niet als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit merk gewekte totaalindruk (GEA, Budmen, T-129/01, 3 juli 2003; GEA, Activy Media Gateway, T-434/05, 27 november 2007). Zowel het woordelement GEZONDHEID als MAGAZINE VOOR GEZOND LEVEN in het teken van verweerder is volledig beschrijvend voor de waren en diensten waarvoor het merk is aangevraagd.

50. Eveneens volgens vaste rechtspraak 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 (HvJEG, Canon, Sabel-Puma en Lloyd Schuhfabrik Meyer, alle reeds geciteerd).



51. Begripsmatig staat de betekenis van de wordelementen van het teken van verweerder vast en deze zal door het in aanmerking komend publiek onmiddellijk begrepen worden. Deze wordelementen zijn immers volledig beschrijvend voor de waren en diensten waarvoor het teken is aangevraagd. In de gegeven context kan ook aan het plusteken een betekenis toegekend worden, namelijk van "positieve waardering, gunstig element" (van Dale), of mogelijk "voor mensen vanaf een bepaalde leeftijd".

52. Deze betekenissen (van het plusteken) gelden eveneens voor beide ingeroepen rechten. Aan het tweede element van het beeldmerk van opposant (ANTÉ) zou dan geen betekenis toekomen. Nochtans kan dit tweede element ook geappercieerd worden als SANTÉ. Dit gebeurt wanneer men het merk in zijn geheel onder ogen neemt: PLUSANTÉ levert nagenoeg dezelfde connotatie op als PLUS SANTÉ. Maar ook wanneer men de ontbrekende S er niet bewust bij denkt, zal men volgens de regels van de haplogie onbewust toch deze betekenis toekennen (zie in die zin ook: GEA, Galvalloy, T-189/05, 14 februari 2008).

53. Het aldus waargenomen woord SANTÉ heeft exact dezelfde betekenis als het Nederlandse GEZONDHEID en wordt door het in aanmerking komend publiek ook als zodanig herkend, hetgeen tussen partijen overigens *in confesso* is. Ook door Nederlandstaligen wordt het Franse woord SANTÉ gebruikt als "wens bij een heildronk of nies" (van Dale). Ook het eerste ingeroepen recht van opposant is dus in hoge mate beschrijvend voor de waren en diensten waarvoor het is ingeschreven. Beide tekens hebben dus een zeer gering onderscheidend vermogen.

54. Dit geldt eveneens onverkort voor het tweede ingeroepen recht, te meer daar "magazine" een soortnaam en niet kan dienen ter onderscheiding.

55. Aangezien de wordelementen van zowel teken als merk volledig beschrijvend zijn en dus weinig onderscheidend vermogen hebben, zullen de figuratieve elementen meer gewicht in de schaal leggen bij de totaalindruk. Het eerste ingeroepen recht bestaat uit de woorden PLUS in grote rode letters en ANTÉ in kleinere groene letters tegen een groenblauwe achtergrond. Onder het element ANTÉ staat in de groene balk – en eveneens in het groen - nog het woord GEZONDHEID, maar door de kleurstelling is dat nauwelijks zichtbaar. Het teken van verweerder bestaat uit het woord GEZONDHEID met daaronder in minuscule letters de woorden MAGAZINE VOOR GEZOND LEVEN, het geheel gevolgd door een groot gestileerd plusteken in de kleur oranje.

56. Opposant heeft niet de bekendheid van zijn merken op de markt aangetoond, waardoor de onderscheidingskracht sterker zou zijn. Het enkele feit dat op de voorpagina van één van de tijdschriften van opposant vermeld staat dat dit tijdschrift 1,4 miljoen lezers heeft, toont deze bekendheid niet genoegzaam aan.

57. De opposant beroept zich erop dat hij houder is van een aantal andere merken, die alle het element PLUS bevatten. Met andere woorden, er is volgens opposant sprake van een seriemark, waardoor het intrinsiek onderscheidend vermogen van de merken groter is.

58. Het Bureau wijst er echter op dat geen bewijs van het gebruik is ingediend van de merken op de markt. Uit de aard van het seriemark vloeit voort dat aangetoond moet worden dat het in aanmerking komend publiek ook daadwerkelijk met de merken wordt geconfronteerd op de markt (zie HvJEG,

Bainbridge, C-234/06, 13 september 2007 en BBIE oppositiebeslissingen Navturk, 2000465 en Hypotheek&Zo, 2000835).

### *Conclusie*

59. Het gebrek aan onderscheidend vermogen van de woordelementen van zowel merken als teken in aanmerking nemend, zijn de verschillen tussen merken en teken, zoals hierboven onder punt 55 omschreven, voldoende om de punten van overeenstemming te neutraliseren. Merken en teken stemmen in hun totaalindruk, naar het oordeel van het Bureau, niet overeen of in elk geval onvoldoende om tot (gevaar voor) verwarring te kunnen leiden.

### ***Vergelijking van de waren en diensten***

60. Gelet op het hiervoor gestelde, zal het Bureau de vergelijking van de waren en diensten om proceseconomische redenen achterwege laten. Ook indien de waren en diensten identiek zouden zijn, kan er immers geen verwarringsgevaar zijn als merk en teken niet overeenstemmen.

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

61. Opposant verwijst naar artikel 2.20 lid 4 BVIE (zie punt 18). Nog afgezien van de restrictieve uitleg die aan deze bepaling gegeven dient te worden (zie BenGH, Isoglass, A 87/7, 26 juni 1989 en Europolis, A 2005/1/16, 28 juni 2007), heeft zij niet de strekking die opposant er kennelijk aan toedicht, namelijk dat de beschermingsomvang (die beheerst wordt door de Richtlijn) groter zou zijn voor woorden in verschillende talen dan voor woorden in dezelfde taal.

62. Voor de vergelijking van de waren en diensten zijn niet de nummers van de klassen bepalend (zie punt 34), maar de omschrijving van de waren en diensten zoals opgenomen in het register.

63. Aan het feitelijk gebruik van zowel merken als teken (zie punt 36) wordt voorbijgegaan: de vergelijking dient te gebeuren tussen de tekens zoals deze zijn ingeschreven, respectievelijk aangevraagd. Hetzelfde geldt (*mutatis mutandis*) met betrekking tot de inhoud van de tijdschriften en de beoogde doelgroepen.

64. Ook aan de stelling van verweerder met betrekking tot het gebruik van het beeldmerk van opposant (zie punt 37) kan voorbijgegaan worden. Op het moment van publicatie van de aanvraag van verweerder was het betreffende beeldmerk nog geen vijf jaar ingeschreven en derhalve nog niet gebruiksplichtig.

65. In het kader van de oppositieprocedure is er geen sprake van een veroordeling tot betaling van de gemaakte koste ten behoeve van de andere partij. Enkel is voorzien in een kostenverwijzing, die is vastgesteld op het vaststaande bedrag van de oppositietaks, indien de oppositie volledig wordt toegewezen (of afgewezen).

**B. Conclusie**

66. De merken en het teken hebben uitsluitend de wordelementen SANTÉ en GEZONDHEID, respectievelijk het wordelement PLUS en het plusteken gemeen. De hieruit voortvloeiende punten van overeenstemming worden, gezien het beschrijvende karakter van deze woorden, geneutraliseerd door de verschillen. De merken en het teken stemmen in hun totaalindruk niet overeen of in elk geval onvoldoende om tot (gevaar voor) verwarring te kunnen leiden.

**IV. BESLUIT**

67. De oppositie wordt afgewezen.

*Om deze redenen beslist het Bureau dat*

68. Oppositie met nummer 2001939 niet gegrond is.

69. Benelux spoedinschrijving nummer 826156 gehandhaafd blijft.

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

Den Haag, 7 april 2009

Willy Neys  
(rapporteur)

Pieter Veeze

Diter Wuytens

Administratieve behandelaar:  
Willy Neys