

**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**  
**BESLISSING inzake OPPOSITIE**  
**N° 2004752**  
**van 28 april 2011**

**Opposant:** **Jean A. Véquaud GmbH & Co. KG**  
Danziger Str. 101  
40468 Düsseldorf  
Duitsland

**Gemachtigde:** **Office Ernest R. Freylinger S.A.**  
234 route d'Arlon, B.P. 48  
8001 Strassen  
Luxemburg

**Ingeroepen recht:** Europese inschrijving 5893557

**Attitude**  
lifestyle

*tegen*

**Verweerder:** **BVBA Coppens-Droeshout**  
Mechelsesteenweg 150  
1970 Wezembeek-Oppem  
België

**Gemachtigde:** **COPPENS Christophe**  
Mozartlaan 3  
3090 Overijse  
België

**Betwiste merk:** Benelux depot 1188606  
Attitude Clothing

**I. FEITEN EN PROCEDURE****A. Feiten**

1. Op 20 oktober 2009 heeft verweerder de aanvraag tot inschrijving van het woordmerk Attitude Clothing ingediend ter onderscheiding van waren in de klassen 25 en 26. Deze aanvraag tot inschrijving is onder depotnummer 1188606 in behandeling genomen en gepubliceerd op 29 oktober 2009.

2. Op 14 december 2009 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op de eerdere Europese inschrijving met nummer 5893557, ingediend op 24 april 2007 en ingeschreven op 22 januari 2009, ter onderscheiding van waren in de klassen 18 en 25, van het gecombineerde woord-/beeldmerk:

The logo for 'Attitude lifestyle' features the word 'Attitude' in a large, bold, black sans-serif font. Below it, the word 'lifestyle' is written in a smaller, lowercase, black sans-serif font.

3. Uit het register blijkt dat opposant daadwerkelijk de houder is van de ingeroepen inschrijving.

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren van de betwiste aanvraag. De oppositie is gebaseerd op alle waren van het ingeroepen recht.

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. Partijen zijn overeengekomen om hun argumenten in het Engels uit te wisselen.

**B. Verloop van de procedure**

7. De oppositie is ontvankelijk en is ter kennis gebracht van partijen op 17 december 2009.

8. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 18 februari 2010. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") heeft op 23 februari 2010 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij aan opposant een termijn is gegeven tot en met 23 april 2010 om de oppositie met argumenten en eventuele stukken te onderbouwen.

9. Op 21 april 2010 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze zijn op 29 april 2010 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 29 juni 2010 is gegeven om hierop te reageren.

10. Op 25 juni 2010 heeft verweerder gereageerd op de argumenten van opposant. Deze reactie is door het Bureau aan opposant verzonden op 2 juli 2010.

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 identiteit of 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 in klasse 25 deels identiek en deels sterk gelijksoortig zijn, aangezien deze bijvoorbeeld ook in dezelfde winkels worden verkocht. Voor wat betreft de waren in klasse 26 meent opposant dat er sprake is van soortgelijkheid.

15. Het woordelement "Attitude" is volgens opposant het meest onderscheidend bestanddeel. Immers is de term "clothing" in het bestreden teken beschrijvend voor de aangeduide waren en is door de gekozen grafische weergave de term "lifestyle" minder dominant aanwezig in het ingeroepen recht. Hierdoor concludeert opposant dat de vergelijking hoofdzakelijk dient te worden gemaakt tussen de term "Attitude" in zowel merk als teken.

16. Bovendien is opposant van oordeel dat door de normale typografie van het ingeroepen recht het niet van belang is dat het hier gaat om een beeldmerk.

17. Zowel fonetisch als begripsmatig acht opposant de tekens identiek. Visueel is er volgens hem sprake van identiteit of minstens een hoge mate van overeenstemming.

18. Zelfs al zou het Bureau het niet eens zijn dat enkel de term "Attitude" in overweging moet worden genomen, dan nog is opposant van oordeel dat de tekens in hoge mate overeenstemmen.

19. Aangezien het enkele verschil tussen merk en teken ligt in het lettertype en de woorden "clothing" en "lifestyle" is opposant van mening dat de kans bestaat, mede in het licht van het onvolmaakte beeld dat bij het publiek achterblijft, dat een belangrijk deel van het publiek zal menen dat de waren van dezelfde of een economisch verbonden onderneming afkomstig zijn.

20. Opposant concludeert dan ook dat er sprake is van gevaar voor verwarring en verzoekt de weigering van het bestreden teken en de verwijzing van verweerder in de kosten.

### **B. Reactie van verweerder**

21. Verweerder is verrast door de argumenten van opposant. Immers heeft hij bij een opzoeking in het register van het Bureau veel "Attitude"-merken gevonden en om redenen van duidelijkheid en transparantie richting het publiek gekozen voor "Attitude clothing", een benaming die nog vrij was. Veel bedrijven gebruiken het woord "attitude" en verweerder stelt dat dit hem niet stoort.

22. Verder stelt verweerder dat hij inderdaad waren in de klassen 25 en 26 verkoopt, maar hierdoor geen verwarring bij het publiek ziet. Vooreerst verkoopt opposant geen waren uit klasse 26 en bovendien kent de consument in realiteit niet wat er onder de verschillende klassen valt, maar ziet deze kleding en zal hij zeker in staat zijn om het verschil in de twee tekens te zien.

23. Nog meer verrast is verweerder over de stelling van opposant dat de waren in klasse 25 soortgelijk zijn. Hij stelt de classificatie te hebben gebruikt die ter beschikking is bij het Bureau en hieraan niets te hebben veranderd. Bovendien maakt opposant veronderstellingen in verband met het distributienetwerk van verweerder, hoewel verweerder dit nooit heeft onthuld.

24. Met betrekking tot de tekens is er volgens verweerder een duidelijk en onbetwistbaar verschil dat door de consument beslist zal worden gezien. Zowel "Attitude" als "clothing" worden met opzet op dezelfde wijze benadrukt. Volgens verweerder is het opposant die voor verwarring zorgt door gebruik te maken van de bijzonder ruime term "lifestyle". Met betrekking tot het argument van opposant dat de nadruk moet liggen op "Attitude", stelt verweerder dat dit de persoonlijke visie is van opposant. Immers bestaan er veel "Attitude"-merken en heeft net verweerder gekozen om de term "clothing" toe te voegen aan zijn teken om iedere verwarring bij de consument uit te sluiten.

25. Verweerder deelt niet de mening van opposant dat de typografie van diens ingeroepen recht niet relevant zou zijn, aangezien net dit het belangrijkste is, daar het publiek hiermee geconfronteerd wordt.

26. Op grond van het voorgaande en in het bijzonder de grotere nadruk op de term "clothing" in het teken, de volledige vergelijking die dient gemaakt te worden, de duidelijke verschillen op zowel fonetisch, visueel als begripsmatig vlak en dat verweerder waren in de klassen 25 en 26 commercialiseert in tegenstelling tot opposant die waren uit de klassen 18 en 25 verkoopt en deze laatste geen kennis heeft over het distributienetwerk van verweerder, is hij van oordeel dat er geen gegronde reden is om zijn aanvraag te weigeren.

### **III. BESLISSING**

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

27. 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 Bureau 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.

28. 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."

29. 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 (HvJEU, 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; Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

### **Vergelijking van de waren**

30. 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 (HvJEU, arrest Canon, reeds geciteerd).

31. Bij 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 de merkaanvraag.

32. De te vergelijken waren zijn de volgende:

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
Kl 18 Leder en kunstleder alsmede hieruit vervaardigde producten (voor zover begrepen in klasse 10) waaronder handtassen, portemonnees en portefeuilles.	
Kl 25 Kledingstukken, waaronder bovenkleding voor dames, ceintuurs, doeken en sjaals; hoofddeksels.	Kl 25 Confectiekleding; bovenkleding; gebreide kleding; handschoenen [kleding]; jersey [kleding]; kledingstukken; kledingstukken van kunstleder; kledingstukken van leder; onderkleding; riemen [kleding]; strandkleding; voeringen, geconfectioneerd [delen van kledingstukken].
	Kl 26 Gespen [kledingtoebehoren]; koorden voor kleding.

### **Klasse 25**

33. De waren "*confectiekleding; bovenkleding; gebreide kleding; handschoenen [kleding]; jersey [kleding]; kledingstukken; kledingstukken van kunstleder; kledingstukken van leder; onderkleding; riemen [kleding]; strandkleding*" zijn een opsomming van verschillende soorten kleding en kledingstukken. Deze waren zijn identiek aan de waren waarvoor het ingeroepen recht bescherming geniet in klasse 25. Immers betreft het hier allemaal kleding(-stukken).

34. Voor wat betreft de overige waren “*voeringen, geconfectioneerd [delen van kledingstukken]*” dient vastgesteld te worden dat er een nauwe band bestaat tussen de waren waarvoor het ingeroepen recht bescherming geniet en deze waren van verweerder. Immers dienen de meeste kledingstukken om verkocht te kunnen worden aan de eindconsument voorzien te zijn van een voering en maken deze laatste in dit geval er een integraal deel van uit. Er dient dus te worden vastgesteld dat er in casu sprake is van complementariteit tussen deze waren. In deze voering staat dan ook meestal nog het merk herhaald. Op grond hiervan zal de consument aan deze waren makkelijk eenzelfde herkomst toedichten. De waren dienen dus soortgelijk te worden geacht.

#### *Klasse 26*

35. De betwiste waren in klasse 26, “*gespen*” en “*koorden voor kleding*” zijn waren die noodzakelijk gebruikt worden als een deel van de door het ingeroepen recht beschermde waren in klasse 25, met name kledingstukken en ceintuurs. Zo kan zonder een gesp een ceintuur bijvoorbeeld niet gesloten worden. Dientengevolge zullen vele fabrikanten en ontwerpers beide ontwerpen en produceren en zal de consument hieraan gemeenschappelijke origine toekennen. Deze waren zijn dan ook soortgelijk.

#### *Conclusie*

36. De waren in kwestie zijn deels identiek en deels soortgelijk.


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

37. 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 (HvJEU, *Sabel*, C-251/95, 11 november 1997).

38. 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 (arresten *Sabel* en *Lloyd*, beide reeds aangehaald).

39. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of meer bestanddelen ervan worden gedomineerd (HvJEU, *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 (GEU, *Matratzen*, T-6/01, 23 oktober 2002 en *El Charcutero Artesano*, T-242/06, 13 december 2007).

40. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
	Attitude Clothing

*Begripsmatige vergelijking*

41. Het eerste bestanddeel van merk en teken, het woord attitude, betekent zowel in het Nederlands, Frans als Engels “*lichaamshouding, psychische houding; gedrag*”<sup>1</sup>. Verder wordt dit woord in het merk van opposant gevolgd door de Engelse term “lifestyle” en in het teken van verweerder door de Engelse term “clothing”.

42. Hierbij dient opgemerkt te worden dat het publiek over het algemeen een beschrijvend bestanddeel van een samengesteld merk niet zal beschouwen als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit merk gewekte totaalindruk (zie GEU, Biker Miles, T-385/03, 7 juli 2005). Het identieke gedeelte van de tekens bestaat weliswaar uit een bestaand woord, maar dit woord is niet beschrijvend voor de aangeduide waren. Het tweede bestanddeel van zowel merk als teken zijn daarentegen weinig onderscheidend voor de aangeduide waren. Zo is “clothing” de gangbare beschrijvende Engelse term voor kleding, hetgeen onmiddellijk door het Benelux publiek ook zo zal worden begrepen. De term “lifestyle” betekent in het Engels zoveel als “*levensstijl, persoonlijke manier/stijl van leven*”<sup>2</sup>, hetgeen eveneens beperkt onderscheidend is voor deze waren. Het dominante element van zowel merk als teken is dan ook ATTITUDE.

43. De tekens zijn op begripsmatig vlak sterk overeenstemmend.

*Visuele vergelijking*

44. Het ingeroepen recht is een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit het woord “Attitude” in grote vette zwarte letters met daaronder in een dunner en kleiner lettertype het woord “lifestyle”.

45. Het bestreden teken is een zuiver woordmerk bestaande uit twee woorden, “Attitude” en “Clothing”.

46. 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 (zie in die zin ook GEU T-312/03, SELENIUM-ACE, 14 juli 2005). Dit is in casu ook het geval voor het ingeroepen recht, daar het figuratieve aspect van het ingeroepen merk slechts marginaal is en louter bestaat uit twee banale lettertypes.

47. Het eerste gedeelte van merk en teken is identiek. De consument zal in het algemeen meer belang hechten aan dit eerste deel (zie in die zin GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004;

<sup>1</sup> Zie Van Dale, Groot Woordenboek van de Nederlandse Taal, 14<sup>de</sup> editie; Le Petit Robert de la langue française, édition 2009; Van Dale, Groot Woordenboek Engels-Nederlands, 2<sup>de</sup> editie.

<sup>2</sup> Van Dale, Groot Woordenboek Engels-Nederlands, 2<sup>de</sup> editie.

PAM-PIM'S BABY-PROP, T-133/05, 7 september 2006; Spa Therapy, T-109/07, 25 maart 2009). Dit wordt in onderhavig geval, voor wat betreft het ingeroepen recht, nog verstrekt door de grotere weergave van dit element en het beperkt onderscheidend karakter van de woorden "lifestyle" en "clothing" in respectievelijk merk en teken.

48. De tekens zijn in visueel opzicht sterk overeenstemmend.

#### *Auditieve vergelijking*

49. Wat de vergelijking op auditief vlak betreft, dient eraan te worden herinnerd dat – strikt genomen – de fonetische weergave van een samengesteld teken overeenkomt met die van de woordbestanddelen ervan, ongeacht de grafische kenmerken van deze bestanddelen, die veeleer aan de orde komen in het kader van het onderzoek van het visuele aspect van het teken (zie arresten GEU van 25 mei 2005, PC WORKS, T-352/02 en van 21 april 2010, Thai Silk, T-361/08).

50. Ook op auditief vlak geldt dat in beginsel de meeste aandacht uitgaat naar het begin van woorden (zie in de zin, arrest Mundicor, reeds aangehaald). Dit beginelement is op auditief vlak identiek in zowel merk als teken. Het enige verschil zit dus in de twee weinig onderscheidende woorden op het einde van de tekens.

51. Het Bureau is dan ook van oordeel dat er op auditief vlak sprake is van een sterke mate van overeenstemming.

#### *Conclusie*

52. De totaalindruk van de tekens is zowel op visueel als op auditief en begripsmatig vlak sterk overeenstemmend.

### **A.2. Globale beoordeling**

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, beide reeds geciteerd).

55. De beoordeling van de overeenstemming tussen twee merken dient te berusten op de totaalindruk die door de betrokken merken wordt opgeroepen, waarbij in het bijzonder rekening moet worden gehouden met hun onderscheidende en dominerende bestanddelen (arresten Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, beide reeds aangehaald).

56. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn. Het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naargelang van de soort waren of diensten waarom het gaat (arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds geciteerd). In casu betreft het waren



die gericht zijn op het algemene Benelux publiek en die zeer regelmatig worden geconsumeerd en niet noodzakelijk een grote financiële inspanning vereisen. Hierdoor zal het aandachtsniveau van de gemiddelde consument dus als normaal mogen worden beschouwd.

57. Het gebruik van de tekens zal door de aard van de waren vaak schriftelijk gebeuren, onder andere door opdruk op de desbetreffende artikelen, maar eveneens door middel van reclamebrochures, websites en dergelijke. Hieruit volgt dat het visuele element een grote rol speelt in de beoordeling. Ook een mondelinge referentie naar de tekens is zeer waarschijnlijk – bijvoorbeeld bij het vragen om inlichtingen bij een verkooppunt – de auditieve overeenstemming speelt hier dus ook een rol (zie o.a. BBIE, oppositiebeslissing LOTTE, 2000155, 20 juli 2007 en V.I.B., 2004268, 30 augustus 2010).

58. 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 (HvJEU, Canon, Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, alle reeds geciteerd). Het ingeroepen recht beschikt van huis uit over een normaal onderscheidend vermogen, aangezien het geen kenmerk beschrijft van de waren in kwestie. Bekendheid werd niet ingeroepen.

59. Gezien de sterke mate van overeenstemming van de tekens, alsook de identiteit en soortgelijkheid van de waren, is het Bureau van oordeel dat het publiek kan menen dat de waren afkomstig zijn van dezelfde of een economisch verbonden onderneming.

## **B. Overige factoren**

60. Voor zover verweerder meent te stellen met zijn verwijzing naar het bestaan van andere “attitude”-merken (zie supra, 21) dat het ingeroepen recht een beperkt onderscheidend vermogen heeft, merkt het Bureau op dat het weliswaar niet volledig uitgesloten is dat in bepaalde gevallen de co-existentie van oudere merken op de markt het vastgestelde gevaar voor verwarring van twee conflicterende merken vermindert, maar dat hiermee echter slechts rekening kan worden gehouden indien de verweerder ten minste in de loop van de procedure genoegzaam heeft aangetoond dat deze co-existentie erop berust dat bij het relevante publiek geen sprake is van gevaar voor verwarring van de oudere merken waarop de verweerder zich beroept en het oudere merk van de opposant waarop de oppositie is gebaseerd, en onder het voorbehoud dat de betrokken oudere merken en de conflicterende merken identiek zijn (zie in die zin GEU, Top iX, T-57/06, 7 november 2007; LIFE BLOG, T-460/07, 20 januari 2010). In casu werd niet het bewijs geleverd dat de op de markt coëxisterende inschrijvingen identiek zijn (zie ook in die zin BBIE, oppositiebeslissing Mustang, 2002752, 29 januari 2010).

61. Wat de opmerking van verweerder betreft inzake de indeling in klassen (zie supra, 22), merkt het Bureau op dat de indeling in klassen uitsluitend een administratief doel dient en dat artikel 2.20, lid 3 BVIE expliciet bepaalt dat met de rangschikking in klassen conform de Overeenkomst van Nice geen rekening wordt gehouden bij de beoordeling van de soortgelijkheid van de waren of diensten.

62. Met betrekking tot het argument van verweerder dat hij precies de term “clothing” heeft toegevoegd aan het woord “Attitude” en hierdoor een precisering heeft aangebracht en hierdoor geen verwarring kan ontstaan (zie supra, 21 en 24), kan verwezen worden naar hetgeen hiervoor werd gesteld

met betrekking tot de criteria die gehanteerd dienen te worden voor de beoordeling van een verwarringsgevaar (in het bijzonder de geciteerde rechtspraak in de overwegingen 37 tot en met 39).

**C. Conclusie**

63. Op grond van het voorgaande besluit het Bureau dat er sprake is van gevaar voor verwarring.

**IV. BESLUIT**

64. De oppositie met nummer 2004752 wordt toegewezen.

65. De Benelux depot met nummer 1188606 wordt niet ingeschreven.

66. De verweerder is 1.000 euro verschuldigd 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, 28 april 2011

Diter Wuytens  
(*rapporteur*)

Pieter Veeze

Willy Neys

Administratieve behandelaar: Monique de Bont