

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2004908
van 03 december 2010

Opposant: **Yello Strom Verwaltungsgesellschaft mbH**
Durlacher Allee 93
76131 Karlsruhe
Duitsland

Gemachtigde: **Elzas Noordzij B.V.**
De Lairesestraat 159
1075 HK Amsterdam
Nederland

Ingeroepen recht: Yello
(Internationale inschrijving 983848)

tegen

Verweerder: **Yello cvba**
Meensesteenweg 449
8501 Kortrijk
België



Betwiste merk:
(Benelux depot 1194138)

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

1. Op 17 december 2009 heeft verweerder voor diensten in de klassen 35 en 41 een Benelux merkaanvraag ingediend van het gecombineerd woord-/beeldmerk:



Deze aanvraag is onder depotnummer 1194138 in behandeling genomen en gepubliceerd op 12 januari 2010.

2. Op 5 februari 2010 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op de eerdere internationale inschrijving met nummer 983848 van het woordmerk Yello, ingediend op 12 februari 2008 voor waren en diensten in de klassen 4, 7, 9, 11, 12, 16, 18, 21, 25, 28, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43 en 45.

3. Op 14 augustus 2009 werd klasse 25 van het ingeroepen recht beperkt. Dit is gepubliceerd in de *Gazette OMPI des marques internationales 2009/43* van 12 november 2009.

4. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van het ingeroepen recht.

5. De oppositie werd oorspronkelijk gebaseerd op alle waren en diensten van het ingeroepen recht en ingesteld tegen alle diensten van het betwiste depot. Bij het indienen van zijn argumenten beperkt de opposant de draagwijdte van deze oppositie tot alle diensten in de klassen 35 en 41 van zowel het bestreden teken als 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 (hierna "BVIE").

7. De proceduretaal is het Nederlands.

B. Verloop van de procedure

8. De oppositie is ontvankelijk en is ter kennis gebracht van de partijen op 10 februari 2010.

9. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 11 april 2010. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna "het Bureau") heeft op 14 april 2010 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij opposant een termijn kreeg tot en met 14 juni 2010 om zijn argumenten en stukken in te dienen.

10. Op 1 juni 2010 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze zijn op 4 juni 2010 door het Bureau aan de verweerder verzonden. Hierbij heeft het Bureau aan verweerder een termijn tot en met 4 augustus 2010 gegeven om zijn reactie in te dienen.

11. De verweerder heeft op 3 augustus 2010 gereageerd op de argumenten van opposant. Deze reactie is door het Bureau op 23 augustus 2010 aan opposant gestuurd.

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

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

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

16. 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 in kwestie.

A. Argumenten van opposant

17. Opposant stelt vooreerst zich te baseren op alle geclaimde diensten in de klassen 35 en 41 van het ingeroepen recht en zich te richten tegen alle diensten in deze zelfde klassen van het bestreden teken.

18. Deze diensten zijn volgens opposant identiek. Voor wat betreft de tekens stelt opposant dat beide het identieke wordelement YELLO omvatten en het beeldelement als versiering zal worden opgevat, waardoor er sprake is van een hoge mate van overeenstemming op visueel vlak. Auditief zijn de tekens door de herneming van het element YELLO, identiek. Conceptueel verwijzen beide tekens naar de Engelse benaming voor de kleur geel, waardoor er ook hier sprake is van identiteit, aldus nog opposant.

19. Aangezien verwarringsgevaar overduidelijk aanwezig is, verzoekt opposant de oppositie toe te wijzen en de verweerder in de kosten te veroordelen.

B. Reactie van verweerder

20. Verweerder is verbaasd over de stelling van opposant dat de diensten van beide merken identiek zouden zijn. Immers blijkt uit de internetsite van opposant dat hij een Duitse energiemaatschappij is die energie levert aan Duitse klanten, terwijl verweerder een Belgisch telemarketingbedrijf is dat zijn diensten aan Belgische KMO's en ondernemingen aanbiedt. De doelgroepen van beide partijen zijn dus totaal verschillend, waardoor er geen verwarring kan bestaan, aldus nog verweerder.

21. Hoewel merk en teken inderdaad allebei het wordelement YELLO omvatten, merkt verweerder op dat opposant op al zijn documenten zijn merk gebruikt in een rond logo met een kleurverdeling volgens het yinyang-principe en waarbij niet enkel Yello te lezen is, maar Yello Strom.

22. Tussen de twee beeldmerken bestaat er volgens verweerder een dermate verschil dat enige mogelijke verwarring totaal uitgesloten is. Aangezien het merk van opposant als "Yello Strom" zal worden uitgesproken en niet enkel als "Yello", is er op auditief vlak eveneens geen sprake van verwarring.

23. Ten slotte stelt verweerder nog inzake het begripsmatige aspect dat opposant ten onrechte meent dat het bestreden teken verwijst naar het Engelse woord voor de kleur geel. Immers is zijn bedrijfsnaam ontstaan door de samentrekking van de woorden "yell" en "hello", hetgeen volgens hem af te leiden is uit het beeldelement dat een visuele splitsing maakt tussen "yell" en "o". Hierdoor is ook de link gemaakt met zijn telemarketingactiviteiten en kan er volgens hem geen sprake zijn van identieke concepten.

24. Verweerder concludeert dat er geen sprake is van enig verwarringsgevaar en hij ziet zich verplicht de eventuele kosten formeel te protesteren, wegens ongegrond. Hij hoopt de opposant voldoende te hebben gerustgesteld en verzoekt het Bureau toestemming te verlenen voor de inschrijving van zijn aanvraag.

III. BESLISSING

A.1. Verwarringsgevaar

25. Overeenkomstig artikel 2.14, lid 1, sub a 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 uitleg 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, 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 diensten

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 (HvJEU, arrest Canon, reeds geciteerd).

29. Bij vergelijking van de diensten van het ingeroepen recht waarop de oppositie is gebaseerd en de diensten waartegen de oppositie is gericht, worden de diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag. De te vergelijken diensten zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
CI 35 Publicité, gestion commerciale; administration commerciale; travaux de bureau; publicité et marketing de produits et services de sociétés de distribution d'énergie et d'eau par le biais de la prestation de conseils en matière d'économie d'entreprise, étude de marché, relations publiques, organisation d'expositions et de foires à des fins publicitaires, distribution d'échantillons commerciaux et présentation de marchandises à des fins promotionnelles et par le biais de la publicité; publicité et marketing de réseaux de télécommunication, y compris des services proposés par ces réseaux, à savoir transmission de signaux vocaux, de données et d'images et services multimédias à valeur ajoutée par le biais de la prestation de conseils en matière d'économie d'entreprise, étude de marché, relations publiques, organisation d'expositions et de foires à des fins publicitaires, distribution d'échantillons commerciaux et présentation de marchandises à des fins promotionnelles et par le biais de la publicité; recherches de marché, relations publiques, planification et réalisation de manifestations dans le domaine des relations publiques; organisation d'expositions et de foires à des fins publicitaires, distribution d'échantillons commerciaux et présentation de marchandises à des fins promotionnelles et par le biais de la publicité; conception de présentations multimédias à des fins publicitaires; promotion (parrainage) de manifestations sportives et culturelles; gestion commerciale d'installations de production et de distribution d'énergie; compilation, traitement et systématisation d'informations dans des bases de données informatiques; gestion de fichiers informatisés; services d'agence de tarification, à savoir enquêtes sur les prix de produits et/ou de services; services d'agence multimédia, à savoir planification et conception de mesures	KI 35 Reclame; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; administratieve diensten; marktstudies, waaronder tevredenheidsonderzoeken; marketing en telemarketing; ondersteuning van prospectiecampagnes (marketing); detachering van personeel.

publicitaires; présentation d'entreprises commerciales sur Internet et par d'autres médias; ventes aux enchères, également sur Internet; services d'ordres de livraison, facturation par des systèmes électroniques de commande; présentation de produits et services; mise à disposition et location d'espaces publicitaires, également sur Internet; établissement de contacts commerciaux et d'offres sur Internet; établissement de contacts économiques sur Internet; publicité sur Internet pour des tiers; services de conseillers en organisation d'entreprise et services de conseillers professionnels en affaires dans les domaines de l'énergie, des piles à combustibles, des centrales éoliennes et des centrales photovoltaïques; services de conseillers dans le domaine de l'énergie pour les ménages, le commerce et l'industrie, compris dans cette classe; services de marketing, à savoir publicité et commercialisation de nouvelles technologies, en particulier dans le domaine de l'environnement et de l'énergie; mise en place de contrats et de transactions à caractère commercial pour des tiers, en particulier mise en place de contrats pour des tiers relatifs aux capacités de transport et aux services de transport au moyen de réseaux, également dans le domaine du commerce électronique, relevé des compteurs électriques pour des tiers, également en ligne; préparation et évaluation des valeurs relevées sur des compteurs de courant, également en ligne, ces services étant compris dans cette classe; service Internet de télérelevé de compteurs de courant; services de conseillers en organisation d'entreprise et services de conseillers professionnels en affaires dans le domaine de l'énergie; prestation de conseils à la clientèle, également en ligne, concernant des produits de consommation courante, des produits de luxe et produits de base, ainsi que des produits et services à des fins commerciales et industrielles; négociation de contrats concernant les services d'artisans, également en ligne; expertises touchant à des sujets en matière d'organisation et d'économie d'entreprise dans le domaine des installations d'éclairage, d'énergie, d'eau et d'eaux usées; prestation de conseils organisationnels et commerciaux concernant des sujets en rapport avec les mesures d'économie d'énergie et l'optimisation de systèmes de chauffage; location de distributeurs automatiques de gaz; relevé de compteurs électriques et de compteurs d'électricité, de gaz et d'eau pour des tiers; marketing de droits industriels; production de films publicitaires; édition de produits imprimés (à des

fins commerciales), en particulier de brochures et dépliant; services de facturation et de relevé de la consommation de chaleur pour la fourniture de chaleur à d'autres entreprises; services de facturation et de relevé de la consommation de gaz pour la fourniture de gaz à d'autres entreprises.	
CI 41 Éducation, formation; organisation de sessions de formation; activités sportives et culturelles, exploitation de stades de football et de sport; services de divertissements radiophoniques et télévisés; production éditoriale d'émissions et programmes cinématographiques, télévisés, radiophoniques, de vidéographie interactive, de vidéotex et de télétexte; location de films cinématographiques; publication d'imprimés (à des fins autres que publicitaires), en particulier livres, revues et journaux; divertissement, également sur Internet; location de films de divertissement; organisation de jeux, également en ligne; publication d'imprimés sous forme électronique, également sur intranet et Internet (à des fins autres que publicitaires); fourniture en ligne de publications électroniques (non téléchargeables), publication d'imprimés, également sous forme électronique (à des fins autres que publicitaires); formation de personnel; planification et organisation de manifestations à caractère pédagogique.	KI 41 Opleidingen.

Klasse 35

30. De diensten "reclame; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; administratieve diensten" komen *expressis verbis* voor in beide dienstenlijsten en zijn aldus identiek.

31. Ook "marktstudies" komen letterlijk voor in beide lijsten. De toevoeging in het bestreden teken van een voorbeeld "waaronder tevredenheidsonderzoeken" doet hieraan niets af. Immers betreft het hier geen beperking en vallen deze onder de algehele noemer van de marktstudies.

32. Tevens bevat de dienstenomschrijving in klasse 35 van het ingeroepen recht "marketingdiensten", waardoor de diensten van het bestreden teken inzake marketing, te weten "marketing en telemarketing; ondersteuning van prospectiecampagnes (marketing)" eveneens identiek zijn.

33. De dienst "detachering van personeel" aangeduid door het bestreden teken zijn niet soortgelijk aan enige dienst van opposant. Deze dienst heeft immers betrekking op het tijdelijk elders anders tewerkstellen van personeel, hetgeen een specifieke dienst is met een geheel andere aard, bestemming en doel dan de diensten waarvoor het ingeroepen recht bescherming geniet.

Klasse 41

34. De "opleidingen" komen *expressis verbis* voor in beide dienstenlijsten en zijn dus identiek.

Conclusie

35. Een deel van de diensten is identiek en een deel is niet soortgelijk.


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

37. Deze globale beoordeling dient, wat de visuele, auditieve of begripsmatige overeenstemming van de merken in kwestie betreft, te berusten op de totaalindruk die door die merken wordt opgeroepen, waarbij in het bijzonder rekening dient te worden gehouden met de onderscheidende en dominerende bestanddelen ervan (HvJEU, *Sabel en Lloyd*, beide reeds geciteerd).

38. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of meerdere 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 gezien, hoe de verschillende bestanddelen in de configuratie van het samengestelde merk zich tot elkaar verhouden (Gerecht van de EU, *arrest Matratzen*, T-6/01, 23 oktober 2002 en *El Charcutero Artesano*, T-242/06, 13 december 2007).

39. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
Yello	

Begripsmatige vergelijking

40. Het ingeroepen recht is een woord dat geen vaststaande betekenis heeft in één van de in de Benelux begrepen talen. Mogelijks zal het in aanmerking komend publiek hierin een verwijzing zien naar het Engelse woord voor geel, namelijk "yellow" of denken aan een gil of schreeuw door de eerste vier letters die het Engelse woord "yell" vormen.

41. Aangezien het wordelement van het bestreden teken identiek is, geldt logischerwijze hiervoor hetzelfde.

42. Een deel van het publiek zal in de tekens een verwijzing zien naar de kleur geel of naar een schreeuw, een ander deel van het publiek zal de tekens geen betekenis toedichten.

Visuele vergelijking

43. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk bestaande uit een woord van vijf letters, te weten Yello.

44. Het bestreden teken is een gecombineerd woord-/beeldmerk, dat bestaat uit het woord "YELLO", weergegeven in geschreven hoofdletters op een rechthoekige achtergrond die links blauw is en rechts geel. Boven deze woorden is een streep getrokken in de tegenovergestelde kleur van de achtergrond. Het deel "YELL" staat in het geel op het donkerblauwe gedeelte van de achtergrond en de letter "O" in het donkerblauw op het gele gedeelte.

45. Er dient opgemerkt te worden dat bij samengestelde tekens (woord- en beeldelement) het wordelement vaak een grotere impact heeft 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 in casu niet anders. Het wordelement is duidelijk het visueel dominante bestanddeel van het bestreden teken, aangezien de figuratieve elementen louter zullen opgevat worden als decoratie.

46. Op grond van het bovenstaande is het Bureau van oordeel dat de tekens op visueel vlak in grote mate overeenstemmen.

Auditieve vergelijking

47. Wanneer het publiek verwijst naar een samengesteld teken, zal het in beginsel gebruik maken van het wordelement en de beeldelementen meestal buiten beschouwing laten voor wat betreft de auditieve overeenstemming (zie in die zin GEU, arrest O Orsay, T-39/04, 14 februari 2008). Dit is zeker het geval voor wat betreft het onderhavige betwiste teken, immers bestaan de beeldelementen uit enkele basis geometrische vormen en kleuren die zich niet lenen tot auditieve verwijzing.

48. Het ingeroepen recht en het wordelement van het bestreden zijn identiek en zullen dan ook door het in aanmerking komend publiek identiek worden uitgesproken.

Conclusie

49. De tekens zijn auditief identiek en visueel in hoge mate overeenstemmend. Begripsmatig zal een deel van het publiek in de tekens een verwijzing zien naar de kleur geel of naar een schreeuw, een ander deel van het publiek zal de tekens geen betekenis toedichten, waardoor in dit laatste geval dit aspect voor de verdere beoordeling geen rol meer speelt.

A.2. Globale beoordeling

50. 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.

51. 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, C-342/97, reeds geciteerd).

52. 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, reeds geciteerd). In casu betreft het hier een reeks gevarieerde diensten waarvoor niet kan vastgesteld worden dat er sprake is van een verhoogd aandachtsniveau.

53. 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, alle reeds geciteerd). Aangezien het ingeroepen recht echter geen beschrijvende betekenis heeft ten opzichte van de aangeduide diensten en opposant geen bekendheid heeft ingeroepen of aangetoond, dient uitgegaan te worden van een normaal onderscheidend vermogen.

54. Gezien de identiteit tussen de tekens op auditief vlak en de hoge mate van overeenstemming op visueel vlak, en mede daar in het algemeen twee merken overeenstemmen wanneer zij in de ogen van het relevante publiek tenminste voor een deel gelijk zijn wat één of meer relevante aspecten betreft (GEU, Matratzen, reeds geciteerd), te weten de visuele, auditieve en begripsmatige aspecten, is het Bureau van oordeel dat het publiek kan menen dat de identieke diensten afkomstig zijn van dezelfde of van een economisch verbonden onderneming.

B. Overige factoren

55. Met het feitelijke gebruik van de betrokken tekens (zie supra, 20-22) kan in het kader van een oppositieprocedure geen rekening worden gehouden, aangezien enerzijds de vergelijking van de tekens en van de aangeduide waren en diensten plaatsvindt op basis van de registergegevens (zie tevens supra, 29) en anderzijds het ingeroepen recht nog niet gebruiksplichtig is.

56. In het kader van de oppositieprocedure is er geen sprake van een veroordeling in de gemaakte kosten. Er is enkel voorzien in een kostenverwijzing, die is vastgesteld op het vaststaande bedrag van de opposietaks, indien de oppositie volledig wordt toegewezen (of afgewezen).

C. Conclusie

57. Op grond van het voorgaande, is het Bureau van oordeel dat er sprake is van gevaar voor verwarring voor wat betreft de identieke diensten.

IV. BESLUIT

58. De oppositie met nummer 2004908 wordt gedeeltelijk toegewezen.

59. Het Benelux depot met nummer 1194138 wordt niet ingeschreven voor de volgende diensten:

- Klasse 35 Reclame; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; administratieve diensten; marktstudies, waaronder tevredenheidsonderzoeken; marketing en telemarketing; ondersteuning van prospectiecampagnes (marketing).
- Klasse 41 Opleidingen.

60. Het Benelux depot met nummer 1194138 wordt wel ingeschreven voor de volgende diensten:

- Klasse 35 Detachering van personeel.

61. Geen van de partijen wordt verwezen in de kosten op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 van het uitvoeringsreglement, aangezien de oppositie gedeeltelijk wordt toegewezen.

Den Haag, 03 december 2010

Diter Wuytens
(*rapporteur*)

Willy Neys

Camille Janssen

Administratieve behandelaar: Raphaëlle Gérard