

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2005133
van 24 mei 2011

Opposant: **ARTEXIS N.V.**
Maaltekouter 1
9051 Gent
België

Gemachtigde: **PRONOVEM MARKS SA**
Josse Goffinlaan 158
1082 Brussel
België

Ingeroepen recht:  (Benelux inschrijving 857230)


tegen


Verweerder: **Pascal VANVOORDEN**
Beekstraat 17
2800 Mechelen
België

Gemachtigde: **Bureau Gevers S.A**
Holidaystraat 5
1831 Diegem
België

Betwiste merk:  (Benelux depot 1194763)

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

1. Op 31 december 2009 heeft verweerder voor diensten in de klassen 35, 41 en 44 een Benelux depot verricht van het gecombineerde woord-/beeldmerk . Dit depot is onder nummer 1194763 in behandeling genomen en gepubliceerd op 12 februari 2010.

2. Op 29 april 2010 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op Benelux inschrijving 857230 van het gecombineerde woord-/beeldmerk , ingediend op 12 januari 2009 en ingeschreven op 10 april 2009 voor waren en diensten in de klassen 16, 35, 41 en 43.

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

4. De oppositie is ingesteld tegen de diensten in de klassen 35 en 41 van de betwiste aanvraag tot inschrijving en is gebaseerd op de diensten in de klassen 35 en 41 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.

B. Verloop van de procedure

7. De oppositie is ontvankelijk. Op 3 mei 2010 verstuurde het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") de kennisgeving van ontvankelijkheid van de oppositie aan partijen.

8. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 4 juli 2010. Het Bureau heeft op 15 juli 2010 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij de opposant een termijn kreeg tot en met 15 september 2010 om zijn argumenten en eventuele stukken in te dienen.

9. Op 15 september 2010 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze werden op 20 september 2010 doorgezonden aan verweerder. Verweerder kreeg een termijn tot en met 20 november 2010 om een reactie in te dienen.

10. Verweerder heeft gereageerd op 22 november 2010. Aangezien 20 november 2010 een zaterdag was, was deze indiening tijdig op grond van artikel 3.9, lid 3 van het uitvoeringsreglement (hierna: "UR"). De argumenten van verweerder werden op 23 november 2010 doorgestuurd aan opposant.

11. De opmerkingen van beide partijen zijn 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 merkt op dat hij onder het ingeroepen recht beurzen, salons en tentoonstellingen organiseert. Daarnaast exploiteert opposant eveneens, zo stelt hij, een aantal locaties waar zijn eigen beurzen kunnen plaatsvinden maar die ook ter beschikking worden gesteld aan derden om hun beurzen te organiseren. Opposant geeft aan hierdoor de eer te hebben zich de nummer één en leider in deze activiteitensector te noemen. Ter illustratie hiervan stuurt opposant een afschrift mee waaruit blijkt dat het bedrijf Trendstop opposant op nummer 1 zet in het sectorklassement voor deze activiteiten.

15. Opposant merkt op zich niet te willen verzetten tegen het gebruik door verweerder van de woordelementen uit zijn merk, maar verzet zich tegen het gebruik door verweerder van de gestileerde letter "X", die identiek is aan de gestileerde letter "X" van opposant.

16. De waren en diensten, zo meent opposant, zijn identiek dan wel sterk soortgelijk.

17. Bij de vergelijking van de tekens merkt opposant op dat de gestileerde letter "X" het dominante element is van zowel het ingeroepen recht als het betwiste teken: bij het ingeroepen recht domineert deze letter vanwege zijn vormgeving (grootte, opvallende kleur); bij het betwiste teken zijn de woordmerken volgens opposant geheel beschrijvend, waardoor in het geheel enkel de gestileerde letter "X" onderscheidend vermogen geniet en dus domineert. Gezien deze conclusie vergelijkt opposant op visueel, auditief en begripsmatig vlak deze beide gestileerde letters met elkaar.

18. Bij deze vergelijkingen komt opposant tot het oordeel dat de dominerende elementen van de merken zowel op visueel, auditief als conceptueel vlak identiek zijn. Vervolgens concludeert opposant dat het ingeroepen recht en het betwiste teken op visueel, auditief en conceptueel vlak identiek zijn.

19. Opposant merkt op dat hij houder is van een aantal merken, die eveneens de gestileerde letter "X" bevatten die ook in het ingeroepen recht voorkomt. Door het intensieve en constante gebruik van de gestileerde "X" meent opposant dat deze geëvolueerd is tot het symbool van zijn bedrijf. Om die reden zou het betrokken publiek, zo meent opposant, de indruk kunnen krijgen dat het betwiste teken deel uitmaakt van deze familie, met andere woorden, dat de diensten van verweerder afkomstig zijn van dezelfde economische onderneming. Daarom bestaat er volgens opposant gevaar voor verwarring.

20. Hij verzoekt het Bureau de oppositie ontvankelijk te verklaren, de inschrijving van het betwiste teken te weigeren en deponent te veroordelen in de kosten.

B. Reactie van verweerder

21. Verweerder meent dat opposant ten onrechte enkel de gestileerde "X-en" van merk en teken vergelijkt. De beoordeling van de overeenstemming tussen tekens kan immers niet, zo stelt verweerder, worden beperkt tot één van de elementen van een samengesteld merk. Bovendien, zo merkt verweerder op, heeft over het algemeen het woordelement in samengestelde merken meer impact op de consument.

22. De totaalindruk van merk en teken is volgens verweerder op visueel vlak verschillend: het betwiste teken is immers dubbel zo lang als het ingeroepen recht, het begin van de tekens is verschillend en ook de in beide tekens gebruikte gestileerde "X-en" vertonen verschillen.

23. Op auditief vlak zijn het merk en het teken volgens verweerder ook verschillend.

24. Gezien het ontbreken van een betekenis aan het ingeroepen recht, meent verweerder dat er geen begripsmatige gelijkens aanwezig is.

25. Verweerder concludeert dat de totaalindruk van de merken integraal verschillend is.

26. Voor wat betreft de vergelijking van de diensten, heeft verweerder geen opmerkingen.

27. Verweerder verzoekt het Bureau de oppositie ongegrond te verklaren en opposant in de kosten te verwijzen.

III. BESLISSING

A. Verwarringsgevaar

28. Overeenkomstig artikel 2.14, lid 1 BVIE kan de deponent 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.

29. 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."

30. 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 tekens

31. 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).

32. 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 (arrest Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds aangehaald).

33. 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 (GEU, Matratzen, T-6/01, 23 oktober 2002 en El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 december 2007).

34. De te vergelijken tekens zijn de volgende :

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
	

35. Het ingeroepen recht is een gecombineerd woord-/beeldmerk van zeven letters, ARTEXIS. Behalve de letter "X" hebben de letters een uniforme blauwe kleur en hetzelfde lettertype. De letter "X" heeft een oranje kleur en is gestileerd weergegeven: de twee elkaar kruisende strepen van deze letter zijn enigszins krom, waardoor de letter de vorm van een poppetje met armen en benen krijgt; de punt die tussen de strepen is geplaatst, lijkt op het hoofd van dit poppetje. Het poppetje lijkt zich door de kromming van de strepen naar links te begeven.

36. Het betwiste teken is eveneens een gecombineerd woord/beeldmerk dat bestaat uit drie woorden: START TO RELAX. De letters van dit merk hebben, op de laatste letter "X" na, hetzelfde lettertype. Het eerste woord is zwart, het tweede grijs en het derde weer zwart. De gestileerde "X" is grijs. De twee elkaar kruisende strepen van deze letter zijn iets dikker gevormd dan de overige letters van het teken. Bovendien is er een punt geplaatst aan de bovenkant van de letter, en hebben beide strepen aan de onderkant een kleine halfronde uitsparing.

37. Het betwiste teken is een Engelse aanduiding die betekent: "begin met ontspannen"¹. Het publiek zal dan ook aan het ingeroepen recht als geheel een betekenis toekennen. Dit is niet het geval bij het bestreden teken, dat geen vaststaande betekenis heeft en door het in aanmerking komend publiek naar oordeel van het Bureau daarom als fantasiebenaming zal worden opgevat. Conceptueel zijn de tekens dan ook verschillend.

38. 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). In dit geval is dat niet anders: de letter "x" is een letter die zich leent om er door middel van een kleine aanpassing een grafisch element van te maken. Gezien zijn plaats in het geheel, zal deze letter echter noch in het ingeroepen recht, noch in het betwiste teken, als het dominerende element worden opgevat maar door het in aanmerking komend publiek voornamelijk worden opgevat als versiering en opmaak. Het beeldelement neemt in beide merken immers onder andere door zijn grootte een minder belangrijke plaats in dan de wordelementen (zie GEU, La Española, T-363/04, 12 september 2007).

39. In dit kader kan bovendien opgemerkt worden dat het feit dat aan het betwiste teken door een deel van het publiek een betekenis wordt toegekend (zie punt 37), niet wegneemt dat de woorden van dit teken een dominerend bestanddeel kunnen vormen. Het is immers vaste rechtspraak dat een eventueel zwak onderscheidend vermogen van een bestanddeel van een samengesteld merk niet noodzakelijkerwijs betekent dat dit geen dominerend bestanddeel kan zijn, omdat het met name vanwege de positie ervan binnen het teken of de afmetingen ervan in het oog kan springen van de consument en in diens geheugen kan blijven hangen (zie GEU, arrest Afbeelding van koeienhuid, T-153/03, 13 juni 2006; arrest Pagesjaunes.com, T-134/06, 13 december 2007 en arrest Limoncello della Costiera Amalfitana shaker, T-7/04, 12 november 2008; zie tevens, in die zin, arrest Ahlers (a), T-115/02, 13 juli 2004).

40. De wordelementen van het ingeroepen recht en het betwiste teken zijn verschillend. Zij zullen anders worden uitgesproken. Het betwiste teken is bovendien visueel langer dan het ingeroepen recht. De enige overeenkomst tussen beide is de gestileerde letter "X". Het Bureau is daarom van oordeel dat de tekens op auditief vlak verschillend zijn, en dat de totaalindruk van de tekens visueel in zeer geringe mate overeenstemt.

Conclusie

¹ Woordenboek Engels-Nederlands van Van Dale

41. Het is vaste rechtspraak dat visuele en fonetische overeenkomsten door de semantische verschillen tussen de betrokken merken grotendeels kunnen worden geneutraliseerd. Om een dergelijke neutralisering te kunnen aannemen, moet ten minste één van de twee betrokken merken voor het relevante publiek een duidelijke en vaste betekenis hebben die dit publiek onmiddellijk kan begrijpen. Het is voldoende dat één van de betrokken merken een dergelijke betekenis heeft, ongeacht of het andere merk geen of een heel andere betekenis heeft, om de visuele en fonetische overeenstemming tussen merken in hoge mate te neutraliseren (zie o.a. GEU, arrest Bass, 14 oktober 2003, arrest ZIRH, 3 maart 2004 en HvJEU, arrest Picasso-Picaro, 12 januari 2006).

42. In dit concrete geval heeft het betwiste teken een duidelijke en vaststaande betekenis (zie punt 37). Het Bureau is dan ook van oordeel dat de begripmatige verschillen voldoende zijn om de geringe punten van overeenstemming op visueel vlak te neutraliseren. Dit heeft tot gevolg dat de totaalindruk niet overeenstemmend is.

Vergelijking van de waren en diensten

43. Aangezien de totaalindruk van de tekens niet overeenstemt, zal het Bureau – om proceseconomische redenen – niet meer overgaan tot een vergelijking van de waren en diensten. Er kan immers geen sprake zijn van gevaar voor verwarring indien er geen overeenstemming is tussen de tekens (zie artikel 2.3, sub b BVIE).

44. Om de leesbaarheid van deze beslissing te bevorderen, worden de waren en diensten hieronder weergegeven.

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
<p>Classe 35 Publicité et promotion; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; services de relations publiques; aides et conseils en matière de publicité et de promotion, de marketing et de communication d'entreprises dans le cadre de l'organisation de foires et de salons; organisation d'évènements, d'expositions, de foires et de salons à buts commercial, promotionnel et publicitaire.</p> <p><i>Klasse 35 Reclame; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; public relations; advisering en begeleiding op het gebied van reclame, marketing en bedrijfscommunicatie in het kader van de organisatie van beurzen en tentoonstellingen; organisatie van evenementen, tentoonstellingen en beurzen voor commerciële, promotionele en publicitaire doeleinden.</i></p>	<p>Klasse 35 Reclame; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; administratieve diensten; bedrijfsorganisatorische en -economische advisering; organiseren van beurzen, tentoonstellingen en andere evenementen voor publicitaire of commerciële doeleinden; public relations; personeelswerving, online reclame, advisering en begeleiding inzake Human Resource Management.</p>
<p>Classe 41 Education; formation; divertissement; organisation d'évènements, d'expositions, de salons et de foires à caractère culturel, didactique et pédagogique; organisation de concours à des fins récréatives, d'éducation ou de divertissement; organisation et conduite de colloques, de conférences, de congrès, de séminaires et de symposiums; services de publication, d'édition et de diffusion de livres, journaux et périodiques destinés à des foires et des salons.</p> <p><i>Klasse 41 Opvoeding; opleiding; ontspanning;</i></p>	<p>Klasse 41 Opvoeding; opleiding; ontspanning; sportieve en culturele activiteiten; organiseren en houden van seminaries, congressen, workshops, gezondheidsclubs [conditietraining]; organiseren van evenementen voor recreatieve en/of educatieve doeleinden; filmproductie; verstrekken van adviezen en informatie voornoemde diensten; organisatie van werkprogramma's voor educatieve doeleinden, trainingen en coaching [instructie] ter verhoging van algemeen welzijn en persoonlijke ontwikkeling; publiceren van drukwerken in elektronische en gedrukte vorm, o.a. boeken, magazines en brochures;</p>

<i>organisatie van evenementen, tentoonstellingen en beurzen met een cultureel, didactisch en pedagogisch karakter; organisatie van wedstrijden voor recreatieve, educatieve en ontspanningsdoeleinden; organisatie en het houden van colloquia, conferenties, congressen en seminaria; publicatie, uitgave en het verspreiden van boeken, dagbladen en periodieken bestemd voor beurzen en tentoonstellingen.</i>	uitbrengen van video's, dvd's en cd's.
<i>N.B. De oorspronkelijke taal van de classificatie van deze inschrijving is het Frans. De vertaling is enkel toegevoegd om de leesbaarheid van deze beslissing te bevorderen.</i>	

B. Overige factoren

45. Opposant lijkt met zijn opmerking dat hij nummer één is en leider in de activiteitensector van beurzen, tentoonstellingen en dergelijke (zie punt 14), te willen betogen dat zijn merk een bekend merk is. Volgens de rechtspraak is een ouder merk bekend, indien het bekend is bij een aanzienlijk deel van het publiek waarvoor de onder dat merk aangeboden waren of diensten bestemd zijn, dat wil zeggen – naargelang van de aangeboden waar of dienst – bij het grote publiek dan wel bij een meer specifiek publiek, zoals een bepaalde beroepsgroep. Bij het onderzoek of deze voorwaarde is vervuld, moet rekening worden gehouden met alle relevante omstandigheden van het geval, zoals, met name, het marktaandeel van het merk, de intensiteit, de geografische omvang en de duur van het gebruik ervan, en de omvang van de door de onderneming gedane investeringen om het bekendheid te geven, zonder dat is vereist dat dit merk bekend is bij een bepaald percentage van het aldus vastgestelde publiek of dat het bekend is in het gehele betrokken grondgebied, voor zover het bekend is in een aanmerkelijk gedeelte ervan (zie arresten GEU, Emilio Pucci, T-8/03, 13 december 2004 en Boomerang, T-420/03, 17 juni 2008). Ter illustratie van zijn bekendheid stuurt opposant een aantal stukken mee, waaronder twee kopieën van brochures en een uitdraai van een internetsite waarop de naam Artexis voorkomt in een sectorklassement opgesteld door Trendstop (zie punt 14). Met deze stukken wordt niet aangetoond dat het ingeroepen merk bekend is. Het Bureau is dan ook niet uitgegaan van een verruimde beschermingsomvang van het ingeroepen recht.

46. Opposant merkt op dat hij zich niet verzet tegen het gebruik door verweerder van de woorelementen van zijn merk, maar dat hij zich verzet tegen het gebruik door verweerder van de gestileerde letter "X" (zie punt 15). In een oppositieprocedure kunnen echter alleen het ingeroepen recht en het latere teken waartegen de oppositie is gericht in hun geheel in aanmerking worden genomen.

47. Opposant stelt dat hij houder is van meerdere merken waarin de gestileerde letter "X" voorkomt (zie punt 19), en verwijst hiervoor naar enkele prints van internetsites, al dan niet van hemzelf. Voor zover opposant hiermee zou willen betogen dat hij gebruik maakt van een seriemark, zij opgemerkt dat uit de aard van het seriemark voortvloeit dat aangetoond moet worden dat het in aanmerking komend publiek ook daadwerkelijk met de merken wordt geconfronteerd op de markt (zie HvJEU, Bainbridge, C-234/06, 13 september 2007 en BBIE oppositiebeslissing Gezondheid magazine voor gezond leven, 2001939, 7 april 2009). Bij gebreke van gebruik van een voldoende aantal merken die een familie of serie kunnen vormen, kan geen enkele consument immers worden geacht een gemeenschappelijk element in die familie of serie van merken waar te nemen en/of met die familie of serie een ander merk

in verband te brengen dat hetzelfde gemeenschappelijke element bevat. Voor het bestaan van het gevaar dat het publiek verkeerdelijk denkt dat het aangevraagde merk behoort tot een „familie” of „serie”, is dus vereist dat de oudere merken die deel uitmaken van die „familie” of „serie”, op de markt aanwezig zijn. In dit geval heeft opposant onvoldoende aangetoond dat er sprake is van een seriemark.

48. Opposant verzoekt om verweerder te veroordelen in de kosten (zie punt 20). In het kader van de oppositieprocedure is er echter 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 oppositietaks, indien de oppositie volledig wordt toegewezen of afgewezen.

C. Conclusie

49. Merk en teken stemmen niet, of in elk geval niet voldoende overeen om tot gevaar voor verwarring te kunnen leiden. Daarom is het Bureau niet meer toegekomen aan een vergelijking van de waren en diensten. Er kan immers geen sprake zijn van gevaar voor verwarring als de tekens in hun totaalindruk niet overeenstemmen, zelfs al zouden de waren en diensten identiek zijn (zie in die zin: GEU, easyHotel, T-316/07, 22 januari 2009 en YOKANA, T-103/06, 13 april 2010).

IV. BESLUIT

50. De oppositie met nummer 2005133 wordt afgewezen.

51. Benelux depot 1194763 wordt ingeschreven.

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

Den Haag, 24 mei 2011

Cocky Vermeulen
(rapporteur)

Diter Wuytens

Willy Neys

Administratieve behandelaar: Hennie Vink-Kingma