



**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**

**BESLISSING inzake OPPOSITIE**

**Nº 2008886**

**van 13 april 2015**

- Opposant:** **CHANEL SAS**  
135, avenue Charles de Gaulle  
92200 NEUILLY-SUR-SEINE  
France
- Gemachtigde:** **Lydian cvba**  
Tour & Taxis, Havenlaan 86 C B113,  
1000 Brussel  
België
- Ingeroepen recht 1:** **COCO** (Internationale inschrijving 175733)
- Ingeroepen recht 2:** **COCO** (Internationale inschrijving 363419)
- tegen*
- Verweerder:** **PACOGI Netherlands BV**  
Doemesweg 8  
6004 RN Weert  
Nederland
- Gemachtigde:** **Austen & Thewessen Advocaten**  
Sittarderweg 1  
6301 GC Valkenburg  
Nederland
- Betwiste merk:** **Coco de Mer** (Benelux depot 1268180)

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

1. Op 13 mei 2013 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het woordmerk Coco de Mer voor waren in de klassen 3 en 25. Het depot is onder nummer 1268180 in behandeling genomen en gepubliceerd op 27 mei 2013.
2. Op 30 juli 2013 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op de volgende eerdere inschrijvingen:
  - Internationale inschrijving 175733 van het woordmerk COCO, ingediend op 20 maart 1954 met aanduiding van de Benelux op 1 mei 1974 voor waren in klasse 3;
  - Internationale inschrijving 363419 van het woordmerk COCO, ingediend op 13 november 1969 met aanduiding van de Benelux op 1 februari 1970 voor waren en diensten in de klassen 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 26, 27, 28, 34 en 35.
3. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van de ingeroepen rechten.
4. De oppositie is ingesteld tegen de waren in klasse 3 van het betwiste depot en is gebaseerd op de waren in klasse 3 van de ingeroepen rechten.
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 en is ter kennis gebracht van partijen op 5 augustus 2013.
8. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 6 oktober 2013. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "Bureau") heeft op 14 oktober 2013 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij aan opposant een termijn tot en met 14 december 2013 is gegeven om zijn argumenten en eventuele stukken ter onderbouwing van de oppositie in te dienen.
9. Op 13 december 2013 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze zijn op 17 december 2013 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 17 februari 2014 is gegeven om hierop te reageren.
10. Op 17 februari 2014 heeft verweerder door tussenkomst van advocatenkantoor Austen & Thewessen Advocaten gereageerd. De mededeling van de aanstelling van deze gemachtigde en de reactie zijn op 3 maart 2014 aan opposant gezonden.

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 en diensten in kwestie.

### **A. Argumenten opposant**

14. Opposant geeft aan als voornaamste activiteit de creatie, fabricatie en commercialisatie van luxeproducten te hebben onder het wereldbekende merk "Chanel". Hij fabriceert en commercialiseert eveneens talrijke producten onder het merk "COCO", stelt opposant. Als gevolg van het uitgestrekt gebruik verkreeg het merk COCO volgens opposant een groot onderscheidend vermogen en is het bekend in de Benelux en over de hele wereld ter onderscheiding van luxeproducten. De link tussen "Coco" en "Chanel" is volgens opposant sterk. Ter bevestiging van deze bekendheid verwijst opposant naar twee beslissingen van instanties in andere landen.

15. De merken zijn volgens opposant visueel in zekere mate overeenstemmend. Het betwiste teken herneemt het ingeroepen recht integraal. Bovendien is het woord "coco" het eerste en prominente woord in het bestreden teken en behoudt het hierin een zelfstandige onderscheidende plaats.

16. Ook op auditief vlak zijn de tekens volgens opposant gelijkend. Het eerste deel van de merken wordt op identieke wijze uitgesproken; bovendien heeft het eerste woord volgens opposant sterke alliteratieve en assonantiële kenmerken, wat dit woord vanuit auditief standpunt het meest prominente woord maakt.

17. Voor wat betreft de begripsmatige vergelijking merkt opposant op dat beide merken naar een identiek concept verwijzen: "coco" kan door het relevante publiek gezien worden als een verwijzing naar een kokosnoot. De toevoeging "de mer" in het betwiste teken kan volgens opposant gezien worden als een beschrijving van het dominerend element "coco". Opposant verwijst bovendien naar deponent die stelt dat hij de aanduiding "coco de mer" als naam voor een lokaal beschermde plant heeft ontdekt tijdens zijn trip naar de Seychellen. Opposant stelt dat deze betekenis niet bekend is bij het algemeen doelpubliek in de Benelux.

18. Opposant concludeert dat de merken visueel, auditief en conceptueel sterk gelijkend zijn waardoor er gevaar voor verwarring kan bestaan. In dit kader verwijst hij naar een aantal beslissingen van verschillende instanties, waaronder het Bureau, waarin werd besloten dat er, als gevolg van een grote auditieve of visuele gelijkenis, alsook op grond van bekendheid, sprake was van gevaar voor verwarring.

19. Voor wat betreft de vergelijking van de waren, meent opposant dat deze identiek dan wel sterk soortgelijk zijn.

20. Gezien het voorgaande meent opposant dat er sprake is van gevaar voor verwarring. Hij verzoekt de oppositie geheel toe te wijzen en deposant te verwijzen in de kosten.

## **B. Reactie verweerder**

21. Verweerder meent dat niet enkel het element "Coco" als het dominerende element van het betwiste teken kan worden gezien.

22. Met betrekking tot de visuele vergelijking merkt verweerder op dat slechts vier van de negen letters van het betwiste teken gelijk zijn aan die van de ingeroepen rechten. Verweerder stelt dat het feit dat het eerste woord "Coco" in beide merken gelijk is, niet maakt dat er sprake is van visuele gelijkenis.

23. Ook auditieve gelijkenis ontbreekt volgens verweerder. De ingeroepen rechten bestaan uit twee fonetische lettergrepen, terwijl het betwiste teken er vier telt. De woorden "de Mer" worden langer uitgesproken volgens verweerder, terwijl het element "Coco" staccato wordt uitgesproken. Daardoor ligt de nadruk bij de uitspraak volgens hem op de woorden "de Mer". Ter ondersteuning van zijn stelling dat er in casu sprake is van visueel en auditief verschil tussen de merken, verwijst verweerder naar een arrest van het Hof in Amsterdam dat betrekking had op de merken YSL en Y's.

24. Volgens verweerder roepen beide merken bij de minder geïnformeerde consumenten de associatie met "kokosnoot" op. Bij "Coco de Mer" wordt volgens verweerder de associatie met "kokosnoot van de zee" opgeroepen. Daarnaast stelt verweerder dat "Coco de Mer" een bestaande vrucht is en dat de woorden als geheel een zelfstandige betekenis hebben.

25. Voor wat betreft de vergelijking van de waren stelt verweerder dat de waren in klasse 3 gelijk zijn.

26. De door opposant ingeroepen bekendheid wordt volgens verweerder niet onderbouwd.

27. Bovendien meent verweerder dat opposant zijn merk niet consequent gebruikt voor al zijn waren; veelal ontbreekt dit woordelement volgens verweerder, en worden de waren slechts voorzien van het merk Chanel.

28. Verweerder merkt op dat de parfums van opposant in het duurste segment vallen en die van hem in het laagste segment. Om die reden zal het relevante publiek, dat volgens verweerder bij dure parfums beter geïnformeerd zal zijn dan de gemiddelde consument, weten dat zij geen waren van opposant kopen wanneer zij het merk Coco de Mer zien. Dit wordt volgens verweerder versterkt doordat de presentatie van zijn waren geheel anders is dan die van opposant. Verweerder concludeert dat er geen gevaar voor verwarring bestaat tussen de ingeroepen rechten en het betwiste teken.

29. Hij verzoekt het Bureau de oppositie af te wijzen en opposant in de kosten te verwijzen.

## **III. BESLISSING**

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

30. 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.

31. 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."

32. 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**

33. Bij de beoordeling van de soortgelijkheid van de betrokken waren moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren die de verhouding tussen de waren kenmerken. Dat zijn onder meer hun aard, bestemming en gebruik, maar ook het concurrerend dan wel complementair karakter ervan (HvJEU, arrest Canon, reeds geciteerd).

34. 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.

35. De waren van de ingeroepen rechten worden hieronder geconsolideerd weergegeven. De te vergelijken waren zijn de volgende:

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
Kl 3 Preparaten voor het bleken en wasmiddelen; parfumerie-producten, schoonheidsproducten, zepen, make-up, etherische oliën, cosmetica, haarlotions, haarverzorgingsproducten; tandpasta.	Kl 3 Bleekmiddelen en andere wasmiddelen; reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen; zepen; parfumerieën, etherische oliën, cosmetische middelen, haarlotions; tandreinigingsmiddelen.

36. De identiteit dan wel de sterke soortgelijkheid van de waren in klasse 3 is in confesso (zie overwegingen 19 en 25).

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

40. Aangezien de merken van beide ingeroepen recht identiek zijn, worden zij gezamenlijk behandeld. Er zal naar worden verwezen in enkelvoud. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
COCO	Coco de Mer

41. Het ingeroepen recht is integraal opgenomen in het betwiste teken. Wanneer een merk volledig bestaat uit een ander merk, waaraan een woord is toegevoegd, is dat normaal gezien een aanwijzing dat er overeenstemming bestaat (GEU, ECOBLUE, T-281/07, 12 november 2008). Dit geldt met name wanneer het element dat de tekens gemeen hebben een zelfstandige onderscheidende plaats behoudt in het samengestelde teken (GEU, Life Blog, T-460/07, 20 januari 2010).

**Begripsmatige vergelijking**

42. De algemeen bekende betekenis van het Franse woord "coco" is "kokos" en "kokosnoot"<sup>1</sup>, die van het Engelse woord "coco", "kokospalm, kokosboom"<sup>2</sup>. De consument zou dit woordelement, dat in zowel het merk als het teken voorkomt, als een beschrijving kunnen zien van de bestanddelen of de geur van de waren in klasse 3. Voor dit publiek is er sprake van een begripsmatige overeenstemming tussen merk en teken. Een ander deel zal de naam "Coco" echter als een voornaam zien. Voor dit deel van het in aanmerking komend publiek is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde.

43. De woorden "de Mer" van het betwiste teken betekenen "van de zee" in het Frans. De aanduiding "Coco de Mer" heeft als geheel eveneens een eigen betekenis en verwijst naar een specifieke plantensoort die voorkomt op de Seychellen: "*De coco de mer (Lodoicea maldivica) behoort tot de palmenfamilie (Palmae of Arecaceae). Het is de enige soort in het geslacht Lodoicea, een*

<sup>1</sup> Groot woordenboek Frans-Nederlands van Van Dale, 4<sup>e</sup> editie

*zogeheten monotypisch geslacht. De plant is endemisch op de Seychellen, waar deze voorkomt op Praslin en Curieuse. De vrucht van de boom, ook coco de mer of zeekokosnoot genoemd, bevat het grootste zaad van alle bekende plantensoorten*<sup>3</sup>. Het Bureau is echter van oordeel dat het relevante publiek deze laatste betekenis niet zal kennen. In dit kader is van belang op te merken dat een consument die een woordteken waarneemt, dat teken zal ontleden in wordelementen die voor hem een concrete betekenis hebben of die gelijken op woorden die hij al kent (zie onder andere GEU, Vitakraft, T-356/02, 6 oktober 2004 en Ecoblue, reeds aangehaald). In dit concrete geval zal deze consument, gezien het voorgaande, in het teken de betekenis van het woord “coco” herkennen als “kokosnoot”.

44. Voor een deel van het publiek bestaat er begripsmatige overeenstemming tussen merk en teken. Voor een ander deel is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde.

#### *Visuele vergelijking*

45. Beide tekens zijn zuivere woordmerken. Het ingeroepen recht bestaat uit één woord en het bestreden teken uit drie woorden. Het ingeroepen recht komt, zoals hierboven reeds uiteen werd gezet, integraal voor in het betwiste teken en behoudt hierin een zelfstandige onderscheidende plaats (GUE, Life Blog, reeds aangehaald).

46. Bovendien zal de consument in het algemeen meer belang hechten aan het eerste deel van een merk (zie in die zin GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004). Dat is in dit geval identiek.

47. Merk en teken zijn visueel overeenstemmend.

#### *Auditieve vergelijking*

48. Het ingeroepen recht bestaat uit twee lettergrepen, het betwiste teken uit vier lettergrepen. In het kader van de auditieve vergelijking kan dan ook worden opgemerkt dat er verschil bestaat in de uitspraak van beide tekens. Toch is er sprake van een zekere overeenkomst in de uitspraak van de twee tekens in hun geheel beschouwd, doordat het eerste woord van het betwiste teken en het enige woord van het ingeroepen recht, onafhankelijk van de taal waarin ze worden genoemd, op identieke wijze zullen worden uitgesproken (GEU, La Mer, T-418/03, 27 september 2007 en LIFE BLOG, T-460/07, 20 januari 2010). Ook hier is bovendien, net als bij de visuele vergelijking, relevant dat een consument in beginsel meer belang zal hechten aan het eerste deel van een teken (zie in die zin GEU, Mundicor, reeds aangehaald).

49. Merk en teken zijn op auditief vlak overeenstemmend.

#### *Conclusie*

50. Merk en teken zijn visueel en auditief overeenstemmend. Op begripsmatig vlak is er voor een deel van het publiek sprake van overeenstemming, voor een ander deel is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde.

---

<sup>2</sup> Groot woordenboek Engels-Nederlands van Van Dale, 4<sup>e</sup> editie

<sup>3</sup> [http://nl.wikipedia.org/wiki/Coco\\_de\\_mer](http://nl.wikipedia.org/wiki/Coco_de_mer)

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

51. 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.

52. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn. Het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naar gelang van de soort waren of diensten waarom het gaat (arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds geciteerd). In het voorliggende geval gaat het om waren die bestemd zijn voor het grote publiek en behoren tot de min of meer courante aankopen van dit publiek. Het gemiddelde aandachtsniveau van dit publiek mag naar oordeel van het Bureau derhalve normaal geacht worden.

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 Schuhfabrik Meyer, alle reeds geciteerd). Het ingeroepen recht zou door een deel van het publiek kunnen worden opgevat als bestanddeel of geur van de genoemde waren (zie overweging 42). In dit kader dient er aan herinnerd te worden dat het onderscheidend vermogen van het ingeroepen recht niet het enige element is dat bij de beoordeling van het verwarringsgevaar een rol speelt. Zelfs in het geval van een ouder merk met een beperkt onderscheidend vermogen, kan er sprake zijn van gevaar voor verwarring, vanwege overeenstemming van de tekens en soortgelijkheid van de waren en diensten (Pages Jaunes, GEU, T-134/06, 13 december 2007). Bovendien is gevaar voor verwarring bij een deel van het publiek reeds voldoende is (zie in die zin GEU, Hai/Shark, T-33/03, 9 maart 2005). De stelling van opposant (zie overwegingen 14 en 18) dat zijn ingeroepen recht een ruimere beschermingsomvang geniet ten gevolge van het wereldwijde gebruik dat ervan is gemaakt, hoeft niet nader onderzocht te worden omdat zij niet van invloed zal zijn op de uitslag van deze procedure.

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. Merk en teken zijn visueel en auditief overeenstemmend. Op begripsmatig vlak is er voor een deel van het publiek sprake van overeenstemming, voor een ander deel is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde. De waren zijn identiek dan wel sterk soortgelijk. Het Bureau is op grond van het bovenstaande van oordeel dat het publiek kan menen dat de waren afkomstig zijn van dezelfde of een economisch verbonden onderneming.

## **B. Overige factoren**

56. Voor wat betreft de verwijzingen van zowel opposant als verweerder naar uitspraken van andere instanties ter bevestiging van hun gelijk in de onderhavige oppositie (zie overwegingen 14, 18 en 23) wijst het Bureau erop dat het niet gebonden is aan uitspraken van andere instanties in al dan niet gelijkaardige zaken. Het Bureau dient een zelfstandige beslissing te nemen op basis van de in de



Benelux geldende wetgeving en rechtspraak (zie in die zin ook GEU, CURON, T- 353/04, 13 februari 2007).

57. Verweerder stelt dat opposant het merk in de praktijk niet consequent wordt gebruikt voor al zijn waren (zie overweging 27). Verweerder heeft echter niet verzocht om bewijzen van gebruik. De vergelijking van de tekens kan dan ook uitsluitend plaatsvinden op basis van de registergegevens, waarbij bovendien geen rekening kan worden gehouden met het feitelijke gebruik van de betrokken tekens (zie overweging 28). Immers, zaken als marketing- en verkoopformules, die bovendien met de tijd kunnen wijzigen, spelen in het kader van een oppositie geen rol (HvJEU, Quantum, C-171/06, 15 maart 2007, O2 Holdings Limited, C-533/06, 12 juni 2008, GEU, Ferromix e.a., T-305/06-T-307/06, 15 oktober 2008).

#### **C. Conclusie**

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

#### **IV. BESLUIT**

59. De oppositie met nummer 2008886 wordt toegewezen.

60. Benelux depot 1268180 wordt niet ingeschreven voor de waren waartegen de oppositie gericht was, te weten:

klasse 3: alle waren.

61. Benelux depot 1268180 wordt wel ingeschreven voor de waren waartegen de oppositie niet gericht was, te weten:

klasse 25: alle waren.

62. 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, 13 april 2015

Cocky Vermeulen  
(rapporteur)

Saskia Smits

Diter Wuytens

Administratieve behandelaar: Gerda Veltman