

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
Nº 2010587
van 28 april 2016

Opposant: **WePayPeople Holding N.V.**

Donauweg 10
1043 AJ Amsterdam
Nederland

Gemachtigde: **Algemeen Octrooi- en Merkenbureau B.V.**

John F. Kennedylaan 2
5612 AB Eindhoven
Nederland

Ingeroepen recht: **Benelux inschrijving 961245**

WEPAYPEOPLE

tegen

Verweerder: **Royal NOAD B.V.**

Nerhoven 19
5126 TB Gilze
Nederland

Gemachtigde: **LAWTON BRANDS**

Lage Mosten 7
4822 NJ Breda
Nederland

Betwiste merk: **Benelux depot 1299407**

REPAY PEOPLE

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 14 november 2014 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het woordmerk REPAY PEOPLE voor diensten in de klassen 35, 36 en 45. Het depot is onder nummer 1299407 in behandeling genomen en gepubliceerd op 25 november 2014.

2. Op 23 januari 2015 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op Benelux inschrijving 961245 van het gecombineerde woord- /beeldmerk

WEPAYPEOPLE

, ingediend op 19 augustus 2014 en ingeschreven op 31 oktober 2014 voor diensten in de klassen 35, 36 en 45.

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

4. De oppositie is ingesteld tegen alle diensten van het betwiste depot en is gebaseerd op alle diensten 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 en is ter kennis gebracht van partijen op 27 januari 2015.

8. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 28 maart 2015. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") heeft op 8 april 2015 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij aan opposant een termijn tot en met 8 juni 2015 is gegeven om zijn argumenten en eventuele stukken ter onderbouwing van de oppositie in te dienen.

9. Op 8 juni 2015 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze zijn op 9 juni 2015 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 9 augustus 2015 is gegeven om hierop te reageren.

10. De verweerder heeft op 31 juli 2015 gereageerd. Deze reactie is door het Bureau aan de opposant gezonden op 7 augustus 2015.

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 in kwestie.

A. Argumenten opposant

14. Opposant licht toe dat de diensten van het bestreden teken in grote mate identiek zijn aan die van opposant. Hij verwijst hierbij naar eerdere beslissingen van het Bureau, alsook naar de Similarity Tool.

15. Wat betreft de vergelijking van de tekens stelt opposant dat visueel de beeldelementen van het ingeroepen merk een ondergeschikt onderdeel vormen. Bij een globale waarneming van het merk zullen deze gemakkelijk aan de aandacht ontsnappen, aldus opposant. In ieder geval is het wordelement WEPAYPEOPLE van dit teken het meest prominent en dominant aanwezig. Door het kleurgebruik zijn de drie woorden waaruit het merk WEPAYPEOPLE bestaat ook als drie woorden waarneembaar. Zowel het merk als het teken zijn opgebouwd uit elf letters. Enkel de eerste letter verschilt. De rest van de tien letters zijn volledig identiek en staan in dezelfde volgorde. Opposant besluit dat de tekens visueel in hoge mate gelijkend zijn.

16. Auditief verschilt weliswaar de eerste letter van het merk en het teken, maar de uitspraak van de volgende 10 letters blijft gelijk en behoudt dus een hoge mate van overeenstemming. Opposant verwijst ter ondersteuning van deze argumentatie nog naar een eerdere beslissing van het Bureau in een naar zijn mening gelijkaardige zaak.

17. Conceptueel meent opposant dat in het teken het woord REPAY geen op zichzelf staande betekenis heeft en bijgevolg dus conceptueel niet relevant is. Zo de consument het woord REPAY wel leest als een vorm van het Engelse woord PAY, komt dit woord identiek voor in beide tekens. Het woord PEOPLE komt identiek voor in beide tekens en is conceptueel identiek. PAY PEOPLE zal in de Benelux worden begrepen als betalen en mensen. Opposant besluit dat de betrokken tekens conceptueel in zekere mate gelijkend zijn.

18. Wat het relevante publiek betreft, geeft opposant nog aan dat dit zowel voor opposant als verweerder identiek is. Beiden zijn immers actief als experts op het gebied van payroll-systemen en salarisadministraties.

19. Op grond van het voorgaande verzoekt opposant het Bureau de oppositie toe te wijzen, de registratie van het teken REPAY PEOPLE af te wijzen en de aanvrager te verwijzen in de kosten.

B. Argumenten verweerder

20. Verweerder argumenteert dat het ingeroepen recht geen bescherming toekomt nu het een niet onderscheidend teken is. Onder verwijzing naar artikel 2.11 BVIE stelt hij dat het ingeroepen merk bloot staat aan nietigverklaring en dat met deze vaststelling rekening dient te worden gehouden bij de globale

beoordeling en de beschermingsomvang van het recht. Zo aan het ingeroepen teken toch enige bescherming zou toekomen, dan betreft het slechts een zeer beperkte bescherming.

21. Verweerder merkt op dat hij het element REPAY al een lange tijd gebruikt als merk en handelsnaam. Door dit langdurig en veelvuldig gebruik, onder andere voor meer dan 30 Nederlandse vestigingen, heeft het aanvullende onderscheidenheid en bekendheid verworven.

22. Wat betreft de vergelijking van de tekens, stelt verweerder dat het ingeroepen merk visueel bestaat uit een aaneenschrijving van drie bestaande Engelse woorden, in rood en blauw, in een specifiek lettertype, terwijl het teken twee verschillende, los van elkaar geschreven woorden telt die niet in een speciaal lettertype zijn weergegeven. Hij betwist dat het wordelement in het merk een grotere impact zou hebben op de consument. De beschrijvende wordelementen in het merk zijn geen dominant bestanddeel. Auditief meent verweerder dat bij de uitspraak van het teken een onderscheid gemaakt zal worden tussen het woord REPAY en het woord PEOPLE, waarbij het woord REPAY door de rollende R-klank zal opvallen. Bovendien zal het woord REPAY opvallen als onbekend, terwijl het publiek het woord PEOPLE in mindere mate zal zien als herkomstaanduiding. Begripsmatig verschillen merk en teken nu het merk een duidelijke betekenis heeft, namelijk "wij betalen mensen", en het teken niet. Verweerder besluit dat merk en teken in auditieve en visuele zin van elkaar verschillen, dan wel in beperkte mate overeenstemmen. Begripsmatig zijn de tekens duidelijk verschillend.

23. Verweerder meent dat door het gebrek aan onderscheidend vermogen van het ingeroepen recht en de geringe (niet aanwezige) beschermingsomvang, de verschillen tussen merk en teken voldoende zijn om enige punten van overeenstemming te neutraliseren. Er zal dus geen sprake zijn van verwarringsgevaar. Verweerder verwijst hier nog naar oppositiebeslissingen waarin het BBIE gelijkloidend concludeerde. Gezien het voorgaande dient niet meer aan een vergelijking van de diensten te worden toegekomen. Toch geeft verweerder nog mee dat hoewel er sprake is van een overeenstemming tussen een aantal diensten van het merk en het teken, dit zeker niet alle diensten betreft. Verweerder verzoekt het Bureau dan ook de oppositie af te wijzen, het teken in te schrijven en opposant te verwijzen in de kosten van de procedure.

III. BESLISSING

A.1 Verwarringsgevaar

24. 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 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 b BVIE of dat verwarring kan stichten met zijn algemeen bekende merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

25. 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."

26. 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

27. 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).

28. 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.

29. 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).

30. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
	REPAY PEOPLE

Visuele vergelijking

31. Het ingeroepen recht is een gecombineerd woord-/beeldmerk dat bestaat uit één woord WEPAYPEOPLE van elf letters geschreven in vet. De letters WE en PEOPLE zijn weergegeven in

donkerblauw en de letters PAY in rood. Het bestreden teken is een woordmerk dat bestaat uit twee woorden REPAY en PEOPLE van respectievelijk vijf en zes letters.

32. 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, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juli 2005).

33. Verder zal de consument in beginsel meer belang hechten aan het eerste deel van een teken (zie in deze zin GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004). Het Bureau stelt vast dat merk en teken verschillen wat betreft hun eerste letter, respectievelijk de W en de R. Daarnaast telt het ingeroepen merk slechts één woord en het teken twee woorden. Echter merk en teken stemmen overeen doordat zij tien van de elf letters in dezelfde volgorde gemeen hebben.

34. Het Bureau is van oordeel dat er sprake is van visuele overeenstemming tussen merk en teken.

Auditieve vergelijking

35. Het ingeroepen recht bestaat uit één woord van vier lettergrepen dat wordt uitgesproken als WE-PAY-PEO-PLÉ. Het bestreden teken telt twee woorden van elk respectievelijk twee lettergrepen. Het teken wordt uitgesproken als RE-PAY PEO-PLÉ.

36. Ook bij de auditieve vergelijking geldt dat de consument in beginsel meer belang zal hechten aan het eerste deel van het teken (GEU, Mundicor, reeds aangehaald). Ook hier merkt het Bureau op dat merk en teken ondanks een verschillende eerste letter de overige tien letters in dezelfde volgorde gemeen hebben. Daarnaast tellen merk en teken in totaal ook elk vier lettergrepen waardoor zij hetzelfde ritme hebben.

37. Het Bureau overweegt dan ook dat merk en teken auditief overeenstemmen.

Begripsmatige vergelijking

38. Hoewel de gemiddelde consument een merk gewoonlijk als een geheel waarneemt en niet let op de verschillende details ervan (GEU, arrest Lloyd, reeds aangehaald), neemt dit niet weg 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 GEU, arrest Respicur, T-256/04, 13 februari 2007; arrest Aturion, T-146/06, 13 februari 2008 en arrest Galvalloy, T-189/05, 14 februari 2008). Het ingeroepen recht is een samentrekking van drie Engelse woorden WE, PAY en PEOPLE die samen een precieze vaststaande betekenis hebben, namelijk “wij betalen mensen”. Het relevante publiek zal, geholpen door het kleurgebruik, deze drie woorden meteen herkennen.

39. Het bestreden teken bestaat uit twee Engelse woorden REPAY¹ en PEOPLE, die samen vrij vertaald kunnen worden als “betaal mensen terug”.

40. Volgens het Bureau beschikt het publiek over voldoende kennis van het Engels om de precieze betekenis van zowel het merk als het teken meteen te kunnen begrijpen.

¹ Van Dale Groot Woordenboek Engels-Nederlands, 4e ed. 2014, “repay”: terugbetaling, een terugbetaling doen, terugbetalen.

41. Het Bureau is van oordeel dat de tekens begripsmatig verschillend zijn.

Conclusie

42. Het Bureau besluit dat er sprake is van visuele en auditieve overeenstemming tussen merk en teken. Op conceptueel vlak zijn merk en teken verschillend.

43. 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 een 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, Bass, T-292/01, 14 oktober 2003; GEU, ZIRH, T-355/02, 3 maart 2004; HvJEU, Picasso-Picaro, C-361/04, 12 januari 2006). In casu hebben zowel het merk als het teken een vaststaande betekenis. Zoals hiervoor al aangegeven betekent het ingeroepen merk "wij betalen mensen". Het bestreden teken betekent "betaal mensen terug". De hieruit voortvloeiende begripsmatige verschillen zijn, naar oordeel van het Bureau, voldoende om de visuele en auditieve overeenkomsten in hoge mate te neutraliseren.

44. Bovendien heeft het ingeroepen merk een eerder zwak onderscheidend vermogen. Het woordelement van het merk betekent immers niets meer of minder dan "wij betalen mensen" (supra, punt 38) en is duidelijk beschrijvend voor de betrokken diensten. Voor zover het teken al onderscheidend vermogen heeft, vloeit dit voort uit de beperkte beeldelementen, met name het kleurgebruik.

45. Gelet op de neutralisering en het zwak onderscheidend vermogen van het ingeroepen recht, is het Bureau van oordeel dat de totaalindruk van de betrokken tekens als niet overeenstemmend moet worden beschouwd.

Vergelijking van de diensten

46. Aangezien reeds is vastgesteld dat de tekens niet overeenstemmen, zal het Bureau de vergelijking van de diensten om proceseconomische redenen achterwege laten. 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).

47. Om de leesbaarheid van deze beslissing te bevorderen, worden de diensten hieronder weergegeven.

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KI 35 Zakelijke administratie; administratieve diensten; uitzending, detachering van en bemiddeling ten behoeve van personeel; werving en selectie van personeel; diensten van een arbeidsintermediair, waaronder begrepen arbeidsbemiddeling; salarisadministratie; verloning	KI 35 Reclame; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; administratieve diensten; bedrijfsorganisatorische en bedrijfseconomische advisering; advisering en voorlichting op het gebied van personeel, personeelszaken en arbeidsomstandigheden; arbeidsbemiddeling;

<p>van personeel; administratieve diensten waaronder boekhouding, personeels- en loonadministratie; management op het gebied van personeelszaken; advisering en voorlichting inzake personeel, personeelszaken en het uitzenden van personeel; administratieve diensten zoals het verzorgen van arbeidsovereenkomsten, loondoorbetalingen, verzekeringen bij arbeidsongeschiktheid, jaargaven, ontslagprocedures en verwerking van cao- en wetswijzigingen.</p>	<p>werving en selectie van personeel; het inhuren, ter beschikking stellen, uitzenden en detacheren van personeel, met name ten behoeve van de retailbranche; outsourcing; outplacement; opstellen van statistieken; boekhouding; handelsinformatie; marktwerking, -onderzoek en -analyse; administratieve en boekhoudkundige diensten, waaronder begrepen verloning van uitzendkrachten (zogenaamde payrolldiensten), het opzetten en controleren van loon- en personeelsadministraties, het verzorgen van de afdracht van werkgeverslasten, het verzorgen van jaargaven, facturering van de kosten voor verrichte werkzaamheden van uitzendbureaus ten behoeve van arbeidsinlenende organisaties; elektronische tijdregistratie; personeelsplanning ten behoeve van kortstondige en langdurige dienstverbanden; accountancydiensten waaronder het voeren van administraties voor derden; het opstellen van jaarrekeningen en verrichten van aangifte BTW, loon-, vennootschaps- en inkomstenbelasting; advisering inzake beroepskeuze; loopbaanbegeleiding, loopbaanadvisering.</p>
<p>KI 36 Advisering, bemiddeling, begeleiding en ondersteuning op financieel gebied.</p>	<p>KI 36 Verzekeringen; financiële zaken; financieringen; financiële diensten; voorlichting en consultancy inzake voornoemde diensten.</p>
<p>KI 45 Juridische diensten; juridische dienstverlening en advisering op het gebied van arbeidsrecht en verband houdende met personeelszaken.</p>	<p>KI 45 Juridische dienstverlening en advisering, met inbegrip van dienstverlening en advisering op het gebied van arbeidsrecht en sociaal zekerheidsrecht alsmede bij het opstellen en aangaan van contracten en overeenkomsten zoals arbeidsovereenkomsten.</p>

B. Overige factoren

48. Wat betreft de verwijzing van verweerder naar artikel 2.11 BVIE en de opmerking dat de merkinschrijving bloot staat aan nietigverklaring nu het teken niet onderscheidend zou zijn (zie punt 20), herinnert het Bureau vooreerst aan een uitspraak van het GEU (BUD, gevoegde zaken T-225/06, T-255/06, T-257/06 en T-309/06, 16 december 2008): “Er zij evenwel aan herinnerd dat de in artikel 7 van verordening nr. 40/94 bedoelde absolute weigeringsgronden niet kunnen worden onderzocht in het kader van een oppositieprocedure(...)”. Bovendien heeft het Bureau niet de bevoegdheid om een merk nietig te verklaren, dit is een bevoegdheid van de rechter. Het Bureau heeft deze bevoegdheid niet, onder meer omdat de oppositieprocedure enkel betrekking heeft op het vraagstuk van de geldigheid van het

merk van de verweerder (zie ook: Memorie van toelichting bij het protocol houdende wijziging van de Eenvormige Beneluxwet op de merken van 11 december 2001).

49. De stelling van verweerder dat de naam REPAY PEOPLE doorheen de tijd op velerlei wijzen in velerlei segmenten gebruikt werd en als merk gedeponereerd werd en dus algemene bekendheid geniet (zie punt 21), kan niet worden weerhouden. Verweerder kan zich immers in een oppositieprocedure niet beroepen op de bekendheid van zijn eigen depot (zie HvJEU, La Española, C-498/07, 3 september 2009).

50. Voor wat betreft de verwijzingen van opposant en verweerder naar in hun mening gelijkaardige opposities die in de onderhavige oppositieprocedure gevolgd zouden moeten worden (zie punten 14, 16 en 23), wijst het Bureau erop dat het niet gebonden is aan uitspraken van andere instanties in al dan niet gelijkaardige zaken. Hetzelfde geldt ook voor wat betreft de verwijzing naar de uitkomst van een vergelijking aan de hand van de Similarity Tool (zie punt 14). Het Bureau verwijst in dit opzicht nog naar de disclaimer die bij deze tool is opgenomen (tmdn.org) waarin uitdrukkelijk wordt vermeld dat deze tool enkel bedoeld is om een indicatie te geven en dat de resultaten niet bindend zijn en er dus geen rechten aan kunnen worden ontleend.² Het Bureau dient een eigen zelfstandige beslissing te nemen op basis van de in de Benelux geldende wetgeving en rechtspraak (zie in die zin ook GEU, T- 353/04, CURON, 13 februari 2007) (kleurmerk oranje).

C. Conclusie

51. De tekens stemmen niet overeen. Daarom is het Bureau niet meer toegekomen aan een vergelijking van de diensten. Er kan immers geen sprake zijn van gevaar voor verwarring als de tekens niet overeenstemmen, zelfs al zouden de 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

52. De oppositie met nummer 2010587 wordt afgewezen.

53. Benelux depot met nummer 1299407 wordt ingeschreven.

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

Den Haag, 28 april 2016

Tineke Van Hoey
(rapporteur)

Saskia Smits

Pieter Veeze

Behandelaar: François Veneri

² Zie www.boip.int, onder de hoofding 'Juridisch' – 'Oppositie'- 'Similarity tool'.