

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM

BESLISSING inzake OPPOSITIE

N° 2011233

van 28 april 2017

- Opposant:** **SAN PATRICK, S.L.**
Pol. Ind. Manso Mateu, s/n 08820
El Prat de Llobregat (Barcelona)
Spanje
- Gemachtigde:** **Octrooibureau Vriesendorp & Gaade B.V.**
Koninginnegracht 19
2514 AB Den Haag
Nederland
- Ingeroepen recht 1:** **Uniemerk 424457**
PRONOVIAS
- Ingeroepen recht 2:** **Uniemerk 11657558**

ATELIER PRONOVIAS
- Ingeroepen recht 3:** **Volgens opposant algemeen bekend merk in de zin van het Verdrag van Parijs**
PRONOVIAS

tegen
- Verweerder:** **Sharlon A. Silvano**
Wibenaheerd 150
9736 PK Groningen
Nederland
- Gemachtigde:** ---
- Betwiste merk:** **Benelux depotnummer 1313688**



I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 8 juli 2015 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het gecombineerde woord-



/beeldmerk **PRONOVA** voor waren en diensten in de klassen 14, 25 en 35. Het depot is onder nummer 1313688 in behandeling genomen en gepubliceerd op 13 juli 2015.

2. Op 11 september 2015 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op de volgende eerdere inschrijvingen:

- Uniemerken 424457 van het gecombineerde woord-/beeldmerk **PRONOVAS**, ingediend op 15 november 1996 en ingeschreven op 13 juli 2010 voor waren en diensten in de klassen 25, 26 en 35;
- Uniemerken 11657558 van het woordmerk ATELIER PRONOVAS, ingediend op 14 maart 2013 en ingeschreven op 7 augustus 2013 voor waren en diensten in de klassen 25, 35 en 42;
- het gecombineerde woord-/beeldmerk **PRONOVAS**, volgens opposant een algemeen bekend merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

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

4. De oppositie is ingesteld tegen de waren en diensten in de klassen 25 en 35 van het betwiste depot en is gebaseerd op alle waren en diensten van de ingeroepen rechten.

5. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14, lid 1, sub a en b 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 door het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") ter kennis gebracht van partijen op 15 september 2015. In de loop van de administratieve fase van de procedure hebben beide partijen argumenten ingediend. De procedure verliep conform de daaraan gestelde eisen in het BVIE en het bijbehorende uitvoeringsreglement (hierna: "UR"). De administratieve fase is afgerond op 11 april 2016.

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

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

9. De opposant dient met toepassing van artikel 2.14, lid 1, sub a en b 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, respectievelijk verwarringsgevaar met een algemeen bekend merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

A. Argumenten opposant

10. Opposant legt uit dat Pronovias van oorsprong een familiebedrijf is, opgericht in 1922, gevestigd in Barcelona en gespecialiseerd in kant, borduurwerk en zijden stoffen van hoge kwaliteit. De "high society bruiden" lieten hun bruidsjurken maken door Pronovias. In 1964 werd de eerste prêt-à-porter collectie bruidsjurken onder het merk Pronovias geïntroduceerd in Spanje. De eerste winkel werd in 1968 in Spanje geopend. Daarna volgden er meer: er zijn inmiddels winkels in New York, Tokyo, Parijs, Londen en België. In totaal zijn er 163 Pronovias winkels en meer dan 4000 verkooppunten, aldus opposant.

11. Opposant meent dat de ingeroepen rechten bekend zijn bij een aanzienlijk deel van het publiek, gezien hun omvangrijke historie, de intensiteit van het gebruik van de merken, de wereldwijde geografische omvang van het gebruik en de omvang van zijn investeringen. Hij stuurt stukken mee om dit aan te tonen. Vanwege deze bekendheid meent opposant dat de ingeroepen rechten zeer veel onderscheidingskracht hebben.

12. Opposant stelt dat de woordelementen in de gecombineerde woord-/beeldmerken dominant zijn. Bovendien is het woordelement "atelier" in het tweede ingeroepen recht beschrijvend, waardoor het element "pronovias" als het dominerende bestanddeel kan worden beschouwd.

13. De eerste zes letters van het bestreden teken zijn identiek aan die van de ingeroepen rechten, aldus opposant. Ondanks de verschillende uiteinden van de merken en het teken, stemmen deze op visueel vlak in hoge mate overeen, stelt hij.

14. Ook op auditief vlak meent opposant dat er sprake is van overeenstemming, aangezien het eerste deel van de merken en het teken op identieke wijze wordt uitgesproken.

15. Begripsmatig meent opposant dat de merken en het teken in hun geheel beschouwd geen vaststaande betekenis hebben. Er bestaat volgens hem in ieder geval geen dusdanig begripsmatig verschil dat de visuele en auditieve overeenstemming hierdoor zou worden geneutraliseerd.

16. Opposant meent dat de waren en diensten identiek dan wel soortgelijk zijn.

17. Opposant merkt nog op dat het in de kledingsector vaak voorkomt dat een zelfde merk verschillende verschijningsvormen heeft, waardoor het niet ondenkbaar is dat het relevante publiek de conflicterende merken zal beschouwen als merken afkomstig van dezelfde fabrikant.

18. Hij verzoekt het Bureau de oppositie toe te wijzen, en verweerder te verwijzen in de kosten.

B. Reactie verweerder

19. Verweerder verwijst naar een eerder door hem ingediend depot waartegen opposant oppositie had ingesteld en waarin hij heeft geprobeerd de zaak met opposant te schikken door de waren

(bruidskleding, gelegenheidskleding voor vrouwen en accessoires hiervoor) van opposant uit zijn depot te schrappen. Hij geeft aan dat het immers niet zijn bedoeling is dergelijke waren te ontwerpen. Tot zijn verbazing heeft opposant dit voorstel afgewezen.

20. In zijn huidige depot heeft hij de warenlijst nog verder beperkt, stelt verweerder. Het gedeponeerde merk zal worden gebruikt voor zijn persoonlijk ontworpen en handgemaakte stropdassen, stropdasspelden/clips en mogelijk ook manchetknopen, bretels en pochetten. Opposant daarentegen gebruikt zijn merk hoofdzakelijk voor bruidskleding, aldus verweerder. In tegenstelling tot opposant, die zich richt op het vrouwelijke publiek, richt hij zich uitsluitend op het mannelijke publiek.

21. Met betrekking tot de vergelijking van de tekens geeft verweerder aan dat de woordmerken visueel verschillen qua lettertype, omvang en verhouding. Bovendien bevat het betwiste teken ook een beeldelement. Er zijn ook verschillen in de uitspraak van het laatste deel van de merken.

22. Op begripsmatig vlak wijst verweerder er op dat “pro” “voor” betekent; het woord “novias” betekent “bruiden”. Het geheel betekent dus “voor bruiden”, aldus verweerder. Hij meent dat dit woord direct beschrijvend is voor bruidskleding. Het wordelement “pronova” betekent, stelt hij, “voor nieuw”. Hij geeft aan dat dit in relatie staat tot zijn “persoonlijk vernieuwende dromen en ideeën die hij heeft als hobbyontwerper”. Ook het wordelement in het betwiste teken is dus beschrijvend, meent hij.

23. Verweerder meent dat er tussen zijn waren en diensten en die van opposant in geen enkel opzicht overeenkomsten bestaan.

24. Hij concludeert dat er geen gevaar voor verwarring tussen de ingeroepen rechten en het betwiste teken bestaat. Hij verzoekt het Bureau de oppositie af te wijzen, zijn merk in te schrijven en opposant te verwijzen in de kosten.

III. BESLISSING

A.1. Verwarringsgevaar voor wat betreft het eerste ingeroepen recht

25. Overeenkomstig artikel 2.14, lid 1 BVIE kan de depositant 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.

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 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

28. 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).

29. 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).

30. 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).

31. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
<p>PRONOVIAS</p>	

Visuele vergelijking

32. Zowel het ingeroepen recht als het betwiste teken zijn gecombineerde woord-/beeldmerken. Het ingeroepen recht bestaat uit een wordelement van 9 letters, "pronovias", geschreven in vet gedrukte, ietwat gestileerde, hoofdletters. Het betwiste teken bevat het wordelement "pronova" in kleine drukletters. Hierboven is een fleur-de-lys (heraldische lelie) geplaatst.

33. Het ingeroepen recht werd gedeponereerd in een specifiek lettertype. Deze schrijfwijze is echter nauwelijks afwijkend van een regulier lettertype. Het Bureau is dan ook van mening dat bij het

ingeroepen recht uitsluitend de woorden in aanmerking genomen worden bij de vergelijking (zie in deze zin GEU, arresten Dieselit, T-186/02, 30 juni 2004 en Amplitude, T-9/05, 15 januari 2008).

34. Bij samengestelde tekens (woord- en beeldelement) heeft het woordelement 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 woordelement (zie in die zin ook GEU, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juli 2005). De grafische elementen in het bestreden teken zijn niet van dien aard dat zij de perceptie van het publiek zullen beïnvloeden, het woord is duidelijk waarneembaar.

35. Alle zeven letters gebruikt in het betwiste teken komen voor in het ingeroepen recht; de eerste zes letters zijn op identieke wijze hernomen. Hierbij is van belang op te merken dat een consument in het algemeen meer belang zal hechten aan het eerste deel van een merk (zie in die zin GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004).

36. Op visueel vlak stemmen de tekens overeen.

Auditieve vergelijking

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

38. Het ingeroepen recht bestaat uit vier lettergrepen, het woordelement van het betwiste teken uit drie. De eerste twee lettergrepen en de eerste letter van de derde lettergreep, evenals de letter A worden op identieke wijze uitgesproken.

39. Merk en teken stemmen op auditief vlak overeen.

Begripsmatige vergelijking

40. “Pro” betekent “voor”¹; “Nova” is het meervoud van de Latijnse aanduiding “novum” en betekent “iets geheel nieuws”². “Novias” is het meervoud van het Spaanse “novia”, dat “bruid” betekent. Het Bureau is van oordeel dat het in aanmerking komend publiek in de Benelux over onvoldoende kennis van de Spaanse taal beschikt om het woord “novia” te herkennen. Het zal het woord “nova” wellicht wel herkennen als een vorm van “nieuw”, maar in combinatie met het voorvoegsel “pro” levert dit een combinatie op zonder directe betekenis.

41. Hoewel merk als teken beide samengesteld zijn uit twee delen met een betekenis, is het Bureau van oordeel dat het in aanmerking komend publiek geen betekenis toe zal kennen aan de woorden als geheel en deze als fantasiebenamingen op zal vatten.

42. De tekens als geheel hebben geen vaststaande betekenis, een begripsmatige vergelijking is dan ook niet aan de orde.

¹ <http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=pro&lang=nn#.V6MtV0x95D8>

² <http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=nova&lang=nn#.V6MtpUx95D8>

Conclusie

43. Op visueel en auditief vlak stemmen merk en teken overeen. Een begripsmatige vergelijking is niet aan de orde.

Vergelijking van de waren en diensten

44. 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).

45. Bij de vergelijking van de waren en diensten waartegen de oppositie is gericht en de waren en diensten van het ingeroepen recht, worden de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals aangeduid in de merkaanvraag, respectievelijk waarvoor het daadwerkelijk gebruik is aangetoond.

46. De te vergelijken waren en diensten zijn derhalve de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
Klasse 25 Confectiekleding; schoeisel, hoofddeksels.	Kl 25 Dassen; Bretels voor mannen; Pochetten [kleding]
Klasse 26 Kant en borduurwerk, band en veters; knopen, haken en ogen, spelden en naalden; kunstbloemen.	
Klasse 35 Assistentie bij bedrijfsvoering; advisering bij de exploitatie van franchise-ondernemingen; commerciële promotie.	Kl 35 Verspreiding van reclame en reclamemateriaal [vlugschriften, brochures, folders en monsters]; Organiseren en houden van productpresentaties; Verschaffen van ruimte op websites voor het maken van reclame voor goederen en diensten; Zakelijke bemiddeling en advisering op het gebied van het verkopen van producten en het leveren van diensten; Verwerven van contracten voor in- en verkoop van goederen.

Klasse 25

47. De waren *dassen; bretels voor mannen; pochetten* zijn een species van het genus confectiekleding en zijn dus identiek. Immers, wanneer de door het oudere merk aangeduide waren de in de merkaanvraag opgegeven waren omvatten, worden deze waren als dezelfde beschouwd (zie in die zin arrest GEU van 23 oktober 2002, Fifties, T 104/01 en van 24 november 2005, Arthur et Félicie, T-346/04).

Klasse 35

48. Zowel de diensten *verspreiding van reclame en reclamemateriaal [vlugschriften, brochures, folders en monsters]; organiseren en houden van productpresentaties; verschaffen van ruimte op websites voor het maken van reclame voor goederen en diensten* van verweerder als de dienst

commerciële promotie van opposant zijn gericht op het bevorderen van de verkoop van producten en/of diensten. Reclame wordt gemaakt en reclamemateriaal verspreid met het doel potentiële klanten over te halen tot aanschaf van producten en diensten. Het is bedoeld om consumptie te bevorderen. Reclame kan worden gemaakt door middel van het verspreiden van tastbaar materiaal, maar ook langs elektronische weg via ruimte op websites. Bij productpresentaties is het doel het verkopen van de gepresenteerde producten en diensten. Deze diensten zijn dan ook identiek, dan wel (sterk) soortgelijk.

49. De diensten *zakelijke bemiddeling en advisering op het gebied van het verkopen van producten en het leveren van diensten en verwerven van contracten voor in- en verkoop van goederen* zijn (sterk) soortgelijk aan de diensten *assistentie bij bedrijfsvoering en advisering bij de exploitatie van franchise-ondernemingen* van het ingeroepen recht. De aard en het doel van de diensten zijn hetzelfde, ze zijn namelijk gericht op in- en verkoop en alles wat daarbij komt kijken.

Conclusie

50. De waren en diensten waartegen de oppositie is gericht zijn deels identiek, deels (in sterke mate) soortgelijk aan de waren en diensten van het ingeroepen recht.

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 voorliggend geval gaat het om waren die behoren tot de min of meer courante gebruiks- en verbruiksgoederen van de gemiddelde consument, zodat het aandachtsniveau normaal mag worden geacht. Voor wat betreft de diensten gaat het om diensten die zowel bestemd kunnen zijn voor professionele gebruikers als voor de gewone particuliere consument, zodat moet worden uitgegaan van het laagste aandachtsniveau en het gemiddeld aandachtsniveau van het in aanmerking komend publiek dus normaal geacht mag worden.

53. 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).

54. Het verwarringsgevaar is des te groter naarmate de onderscheidingskracht van het oudere merk sterker is. Merken die hetzij van huis uit, hetzij wegens hun bekendheid op de markt, een sterke onderscheidingskracht hebben, genieten dus een ruimere bescherming dan merken met een geringe onderscheidingskracht (HvJEU, Canon, Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, alle reeds geciteerd). Het ingeroepen recht beschikt van huis uit over een normaal onderscheidend vermogen, aangezien het geen kenmerk beschrijft van de waren en diensten in kwestie voor het in aanmerking komend publiek in de Benelux.

55. Zoals hierboven en in overwegingen 40 en 41 werd uiteen gezet, deelt het Bureau de mening van verweerder dat het ingeroepen recht direct beschrijvend is (zie overweging 22) niet. Bovendien is het onderscheidend vermogen van het ingeroepen recht niet het enige element 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). Daarnaast is gevaar voor verwarring bij een deel van het publiek voldoende om een oppositie toe te wijzen (GEU, Hai/Shark, T-33/03, 9 maart 2005), mocht er al een deel van het in aanmerking komend publiek het ingeroepen recht als beschrijvend opvatten. De stelling van opposant (zie overweging 11) dat er sprake is van een bekend merk hoeft niet nader onderzocht te worden omdat zij niet van invloed zal zijn op de uitslag van deze procedure.

56. Merk en teken zijn visueel en auditief overeenstemmend, een begripsmatige vergelijking is niet aan de orde en de betrokken waren en diensten zijn identiek, in (sterke) mate soortgelijk. Op deze gronden, en gelet op hun onderlinge samenhang, is het Bureau van oordeel dat het in aanmerking komend publiek kan menen dat de identieke en soortgelijke waren en diensten afkomstig zijn van dezelfde of van een economisch verbonden onderneming.

B. Overige factoren

57. Volgens verweerder zijn de waren en diensten verschillend en richten ze zich op een ander in aanmerking komend publiek; verweerder richt zich naar zijn zeggen enkel op het mannelijke publiek en opposant op het vrouwelijke (zie overweging 20). Met het feitelijke gebruik van de betrokken tekens kan in het kader van een oppositieprocedure echter geen rekening worden gehouden, aangezien de vergelijking van de tekens uitsluitend plaatsvindt op basis van de registregegevens. Zaken als marketing- en verkoopformules, die bovendien met de tijd kunnen wijzigen, spelen dus 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.

59. Aangezien de oppositie reeds slaagt op basis van het eerste ingeroepen recht, dient aan de vergelijking met de overige rechten niet meer te worden toegekomen.

IV. BESLUIT

60. De oppositie met nummer 2011233 wordt toegewezen.

61. Benelux depot 1313688 wordt niet ingeschreven voor de waren en diensten waartegen de oppositie gericht is:

Klasse 25: alle waren.

Klasse 35: alle diensten.

62. Benelux depot 1313688 wordt wel ingeschreven voor de waren waartegen de oppositie niet gericht is:

Klasse 14: alle waren.

63. 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 van het uitvoeringsreglement, aangezien de oppositie geheel toegewezen wordt. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 28 april 2017

Saskia Smits
(rapporteur)

Tomas Westenbroek

Tineke van Hoey

Anna Dina Dikken (administratief behandelaar)