



**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**  
**BESLISSING inzake OPPOSITIE**  
**N° 2012922**  
**van 3 juli 2018**

**Opposant:** **Next Retail Limited**  
Desford Road  
Enderby  
Leicester, Leicestershire LE19 4AT  
Groot-Brittannië

**Gemachtigde:** **Marks & Clerk (Luxembourg) LLP**  
Rue de la Vallée 44  
2661 Luxemburg  
Luxemburg

**Ingeroepen recht:** **Uniemerk 12706164**  
  
LABEL  
  
*tegen*

**Verweerder:** **Accessory Zone VOF**  
Bergveste 4  
3992 DE Houten  
Nederland

**Gemachtigde:** **mr J.L. Roosen**  
Valkeniersborch 71  
3992 CJ Houten  
Nederland

**Betwiste merk:** **Benelux depot 1346336**  
  
A THE LABEL

## **I. FEITEN EN PROCEDURE**

### **A. Feiten**

1. Op 11 januari 2017 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het woordmerk A THE LABEL voor waren in de klassen 14, 18 en 25. Het depot is onder nummer 1346336 in behandeling genomen en gepubliceerd op 20 januari 2017.
2. Op 17 maart 2017 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op Uniemerkt 12706164, het woordmerk LABEL, ingediend op 18 maart 2014 en ingeschreven op 7 januari 2015 voor waren en diensten in de klassen 9, 14, 16, 18, 25 en 35.
3. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van het ingeroepen recht.
4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren van het betwiste depot en is gebaseerd op alle waren en 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 door het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") ter kennis gebracht van partijen op 20 maart 2017. 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 8 december 2017.

## **II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN**

8. 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**

9. Opposant stelt dat het ingeroepen recht volledig wordt hernomen in het bestreden teken. Volgens opposant zijn de Engelse lidwoorden 'a' en 'the' aan het begin van het teken niet onderscheidend en het publiek zal hieraan weinig aandacht besteden. De tekens zijn derhalve visueel sterk overeenstemmend, aldus opposant.
10. Ten aanzien van de auditieve vergelijking betoogt opposant dat, ongeacht de toepasselijke taalregels (Nederlands, Frans of Duits), het woord 'label' identiek wordt uitgesproken. Het gebruik van de lidwoorden 'a' en 'the' doet niet af aan de globale auditieve overeenstemming, aangezien de klemtoon ligt op het identieke woord 'label'.
11. Begripsmatig delen merk en teken het element 'label'. Dit betekent "etiquette" in het Frans, "etikette" in het Duits en "label" in het Nederlands. Opposant stelt dat het woord refereert aan producten met een label.

Aangezien de lidwoorden 'a' en 'the' geen onderscheidend vermogen hebben, zijn de tekens begripsmatig hetzelfde, aldus opposant.

12. Opposant stelt dat de waren van het bestreden teken identiek, dan wel sterk soortgelijk zijn aan de waren van het ingeroepen recht.

13. Volgens opposant kan het bestreden teken makkelijk worden opgevat als een submerk of deel van een serie van merken van opposant. Opposant concludeert derhalve dat er sprake is van gevaar voor verwarring en verzoekt het Bureau om het bestreden teken niet in te schrijven en verweerder te verwijzen in de kosten.

## **B. Reactie verweerder**

14. Verweerder voert ten eerste aan dat het ingeroepen recht geen onderscheidend vermogen, dan wel een zeer lage onderscheidingskracht heeft. Volgens verweerder omvat de aanduiding 'label' niet meer dan een generieke term, waardoor de beschermingsomvang als uitermate laag dient te worden opgevat.

15. Met betrekking tot de visuele vergelijking betoogt verweerder dat het begin van de tekens verschillend is. Verder verschillen de tekens in lengte. Volgens verweerder ligt in het bestreden teken de nadruk op het eerste deel, waarbij de letter 'A' dominant is. Om die reden is er slechts sprake van een zeer zwakke visuele overeenstemming.

16. Verweerder stelt verder dat het ingeroepen recht uit twee lettergrepen bestaat, terwijl het bestreden teken vier lettergrepen telt. Vanwege de extra lettergrepen in het bestreden teken ontstaat er volgens verweerder een geheel eigen en nieuwe klank bij de uitspraak van het teken. Bovendien ligt in het bestreden teken de nadruk op het eerste deel en overheerst de letter 'A'. De tekens verschillen auditief in ritme en uitspraak en verweerder betoogt dat er derhalve geen sprake is van auditieve overeenstemming.

17. Het ingeroepen recht bevat volgens verweerder enkel een generieke term. In het bestreden teken ligt de nadruk op de letter 'A' en het woord 'label' zal hierin worden opgevat als 'merk' of (in het Engels) 'brand'. Het gaat als het ware om 'A hét merk'. Om die reden zijn de tekens begripsmatig niet overeenstemmend, aldus verweerder.

18. Verweerder constateert dat de beschermingsklassen van beide merken nagenoeg identiek, dan wel soortgelijk zijn.

19. Aangezien de tekens niet overeenstemmend zijn concludeert verweerder dat er geen sprake kan zijn van gevaar voor verwarring. Verweerder verzoekt het Bureau derhalve de oppositie af te wijzen en opposant te verwijzen in de kosten.

## **III. BESLISSING**

### **A.1 Verwarringsgevaar**

20. Overeenkomstig artikel 2.14, lid 1 BVIE kan de deposant of houder van een ouder merk, binnen een termijn van twee maanden 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 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.

21. 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.”

22. 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, ECLI:EU:C:1998:442; Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juni 1999, ECLI:EU:C:1999:323; 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, ECLI:NL:HR:2003:AK4818; Hof van Beroep te Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

### ***Vergelijking van de tekens***

23. 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, ECLI:EU:C:1997:528).

24. 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).

25. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
LABEL	A THE LABEL

26. Over het algemeen stemmen twee merken overeen wanneer zij in de ogen van het relevante publiek ten minste voor een deel gelijk zijn wat één of meer relevante aspecten betreft (GEU, MATRATZEN, T-6/01, 23 oktober 2002, ECLI:EU:T:2002:261), te weten de visuele, auditieve en begripsmatige aspecten. 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, ECLI:EU:T:2008:489). Dit geldt met name wanneer het element dat de tekens gemeen hebben een zelfstandige onderscheidende plaats behoudt in het samengestelde teken (HvJEU, THOMSON LIFE, C-120/04, 6 oktober 2005, ECLI:EU:C:2005:594).

### ***Begripsmatige vergelijking***

27. In begripsmatig opzicht geldt dat het ingeroepen recht in het Nederlands onder meer ‘adreskaartje’ en ‘etiket met informatie’, alsmede ‘merk’<sup>1</sup> betekent en in het Engels onder meer ‘a small piece of paper, fabric,

<sup>1</sup> Van Dale Groot woordenboek van de Nederlandse taal, 14e editie.

plastic, or similar material attached to an object and giving information about it' en 'a piece of fabric sewn inside a garment and bearing the brand name, size, or instructions for care'.<sup>2</sup> Het Bureau is van oordeel dat het in aanmerking komend publiek in de Benelux het woord in één van voornoemde betekenissen zal begrijpen.

28. Van belang is dat de gemiddelde consument een merk gewoonlijk in zijn geheel beschouwt (Lloyd, reeds aangehaald). Verweerder betoogt dat het publiek het bestreden teken zal opvatten als 'A hét merk', waarbij de aanduiding 'label' dus wordt opgevat in de betekenis van 'merk' (zie alinea 17). Het Bureau is echter van oordeel dat het voor een deel van het Benelux publiek niet duidelijk zal zijn wat het bestreden teken 'A THE LABEL', in zijn geheel gezien, betekent. Hierbij is van belang dat een consument die een woordteken waarneemt, dat teken zal ontleden in woordelementen 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, ECLI:EU:T:2004:292, Respicur, T256/04, 13 februari 2007, ECLI:EU:T:2007:46, Aturion, T-146/06, 13 februari 2008, ECLI:EU:T:2008:33, Galvalloy, T-189/05, 14 februari 2008, ECLI:EU:T:2008:39 en Ecoblue, reeds geciteerd). De aanduiding 'A' kan door het publiek worden opgevat als Engels lidwoord, of simpelweg als de letter 'a'. Het publiek zal het woord 'the' begrijpen als Engels lidwoord, horende bij het zelfstandig naamwoord 'label' en zal hier dan ook niet veel aandacht aan besteden. Het Bureau overweegt verder dat het publiek het woord LABEL ook in het bestreden teken kan opvatten als 'merk' of 'etiket'.

29. Voor de volledigheid wijst het Bureau erop dat gevaar voor verwarring bij een deel van het publiek voldoende is om de oppositie toe te wijzen (zie in die zin GEU, Hai/Shark, T-33/03, 9 maart 2005, ECLI:EU:T:2005:89).

30. Merk en teken delen het begrip 'label' en zijn daardoor begripsmatig overeenstemmend.

#### *Visuele vergelijking*

31. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk bestaande uit vijf letters, LABEL. Het bestreden teken is eveneens een woordmerk, bestaande uit drie woorden van respectievelijk één, drie en vijf letters, A THE LABEL. Het ingeroepen recht is volledig hernomen in het bestreden teken. Visueel verschillen de tekens, omdat het ingeroepen recht niet de woorden 'A' en 'THE' bevat.

32. Zoals hiervoor is aangegeven zal de aandacht van het publiek niet uitgaan naar het lidwoord 'the' in het bestreden teken, gezien de grammaticale functie. Hoewel het eerste gedeelte van woordmerken veelal de aandacht trekt is het Bureau, in casu, van oordeel dat noch het bestanddeel 'A', noch het bestanddeel 'LABEL' duidelijk naar voren komt als het dominerende bestanddeel van het bestreden teken. Het zou onnatuurlijk zijn te stellen dat het woord 'A' dominerend is, omdat dit het eerste bestanddeel van het aangevraagde merk is, maar evenmin bestaat er enige reden om het bestanddeel 'LABEL' als dominerend aan te merken (zie in die zin GEU, Westlife, T-22/04, 4 mei 2005, ECLI:EU:T:2005:160). Anders dan verweerder betoogt (zie alinea's 15 en 16), is het Bureau van oordeel dat de letter 'A' niet meer bepalend is voor het totaalbeeld dan het woord 'LABEL'.

33. Op grond van het voorgaande is het Bureau van oordeel dat de tekens, in hun geheel beschouwd, in visueel opzicht in zekere mate overeenstemmend zijn.

#### *Auditieve vergelijking*

34. Het ingeroepen recht bestaat uit één woord en twee lettergrepen, het betwiste teken uit drie woorden en vier lettergrepen. De twee tekens worden dus verschillend uitgesproken. Toch is er sprake van een zekere auditieve overeenstemming van de twee tekens, in hun geheel beschouwd, doordat het derde en langste woord van het bestreden teken en het enige woord van het ingeroepen recht, onafhankelijk van de taal waarin ze

<sup>2</sup> <https://en.oxforddictionaries.com/definition/label>

worden genoemd, op identieke wijze zullen worden uitgesproken (zie, in die zin, arrest GEU, La Mer, T-418/03, 27 september 2007, ECLI:EU:T:2007:299 en arrest Life Blog, T-460/07, 20 januari 2010, ECLI:EU:T:2010:18).

35. De tekens zijn derhalve op auditief vlak in zekere mate overeenstemmend.

#### *Conclusie*

36. De tekens zijn begripsmatig overeenstemmend. Visueel en auditief zijn de tekens in zekere mate overeenstemmend.

#### **Vergelijking van de waren en diensten**

37. 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).

38. Bij vergelijking van de waren en diensten van het ingeroepen recht en de waren waartegen de oppositie is gericht, worden de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag.

39. De te vergelijken waren en diensten zijn de volgende:

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
KI 9 Zonnebrillen, Koordjes voor zonnebrillen; Knijpbrillen; Onderdelen en accessoires voor de voornoemde producten.	
KI 14 Juwelen; Imitatiebijouerie; Edele metalen en hun legeringen; Edelstenen (juwelierswaren); Halfedelstenen; Urwerken en tijdmeetinstrumenten; Onderdelen en accessoires voor alle voornoemde goederen.	KI 14 Armbanden; Armbanden en horloges gecombineerd; Bedeltjes; Bijouerieën bedekt met edele metalen; Bijouerieën (Halfedele -); Bijouerieën in cloisonné; Bijouerieën met parels; Bijouerieën, niet van edele metalen; Bijouerieën van edele metalen; Bijouerieën van glas; Bijouerieën van goud; Bijouerieën van halfedelstenen; Bijouerieën van onedele metalen; Bijouerieën vervaardigd uit onedele metalen; Dasklemmen; Geëmailleerde sieraden; Halskettingen; Hangers; Hoedenspelden; Imitatiebijouerie; Imitatiejuwelen; Imitatiejuwelierswaren; Imitatiesieraden; Kettingen (Vergulde -); Medaillons; Modebijouerieën; Oorbellen; Oorclips; Oorknopjes; Polsbandjes; Ringen [bijouerieën]; Ringen en hangertjes; Sierspelden; Stras; Waardevolle bijouerieën; Bedeltjes voor sleutelhangers.
KI 16 Karton; Foto's; Notitieboekhouders; Mappen en houders voor documenten; Chequeboekhouders.	
KI 18 Leder en kunstleder, dierenhuiden; Dierenhuiden; Treinkoffers; Koffers; Grote draagtassen; Plunjezakken voor het reizen; Rugzakken; Handtassen; Fietstassen; Luiertassen;	KI 18 Avondtassen; Bagageartikelen; Beursjes; Beurzen; Creditcard- etuis; Creditcardhouders; Creditcardhouders van kunstleder; Dameshandtassen; Doosjes voor naamkaartjes; Etais (lederwaren);

<p>Strandtassen; Schoudertassen; Toilettassen;          Draagtassen; Rugzakken; Riemtasjes; Gymtassen;          Vrijetijdstassen; Aktentassen; Aktentassen;          Paspoortmapjes; Muziekmappen; Schooltassen;          Beauty-cases [leeg]; Hoezen voor kostuums,          overhemden en jurken; Euis voor stropdassen;          Portefeuilles; Euis en houders voor creditcards;          Portefeuilles; Koffers; Paraplu's; Ombrella's;          Wandelstokken; Zitstokken; Schouderriemen; Delen          en onderdelen voor alle voornoemde goederen.</p>	<p>Handtasjes; Handtassen; Heuptasjes; Heuptassen;          Kleine tassen voor heren; Munthouders; Polstasjes;          Portefeuilles; Portemonnees; Riem- en heuptasjes;          Sleuteletuis; Strandtassen; Tassen; Toilettassen;          Paraplu's.</p>
<p>KI 25 Kledingstukken, schoeisel, hoofddeksels.</p>	<p>KI 25 Baretten; Dameshoeden; Deukhoeden;          Hoofddeksels, petten en mutsen; Hoofddoeken; Kleine          hoeden; Modehoeden; Moffen; Mutsen; Petten;          Strohoeden; Wollen mutsen; Zonnehoeden;          Zonnekleppen; Bandana's; Capes; Ceintuurs;          Ceintuurs, riemen; Foulards; Gaucho's; Halsdoeken;          Handschoenen; Omslagdoeken; Poncho's; Riemen          [kleding]; Sjaals; Stola's; Wanten;          Winterhandschoenen.</p>
<p>KI 35 Detailhandel, waaronder detailhandel via een          winkel, per postordercatalogus, online, via          televisiekanalen, via mobiele telefoons en via          rechtstreekse verkoop, alles in verband met de          verkoop van zonnebrillen, koordjes voor zonnebrillen,          brillen, papier, karton, drukwerken, foto's,          schrijfbehoeften, speelkaarten, leder en kunstleder,          dierenhuiden, reiskoffers, koffers, draagtassen,          plunjezakken, rugzakken, handtassen, fietstassen,          luiertassen, strandtassen, schoudertassen,          toilettassen, draagtassen, rugzakken, heuptasjes,          sporttassen, vrijetijdstassen, aktetassen,          attachékoffertjes, kaarthouders, muziekmappen,          schooltassen, beautycases, tassen voor kostuums,          voor overhemden en voor jurken, stropdasetuis,          notitiemappen, notitieboekhouders,          documentmappen en -houders, houders en etuis          voor creditcards, houders voor chequeboekjes,          portefeuilles, beurzen, paraplu's, parasols,          wandelstokken, zitstokken, ceintuurs, kledingstukken,          schoeisel, hoofddeksels en onderdelen en          accessoires voor alle voornoemde goederen.</p>	

40. Verweerder erkent dat de beschermingsklassen van beide merken nagenoeg identiek, dan wel soortgelijk zijn en betwist verder niet de gestelde soortgelijkheid door opposant (zie alinea 18). Het Bureau zal derhalve niet overgaan tot een vergelijking van de waren en diensten. Immers, overeenkomstig regel 1.25, onder d en e UR, houdt de inachtneming van het beginsel van hoor en wederhoor als bedoeld in artikel 2.16, lid 1 BVIE met name in dat feiten waarop de wederpartij niet heeft gereageerd als niet betwist worden beschouwd en dat het oppositieonderzoek beperkt is tot de door partijen aangevoerde argumenten, feiten en bewijsmiddelen.

*Conclusie*

41. De waren en diensten zijn soortgelijk, hetgeen in confesso is.

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

42. 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.

43. 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). De waren en diensten zijn gericht op een breed publiek, waarbij moet worden uitgegaan van een normaal aandachtsniveau.

44. 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).

45. Hoewel het begrip 'label', zoals verweerder ook stelt, inderdaad een betekenis heeft en deze betekenis door het in aanmerking komend publiek in de Benelux zal worden begrepen (zie alinea 14 en 27), is het Bureau van oordeel dat het in relatie tot de betreffende waren en diensten hoogstens een verwijzend karakter heeft, maar daarmee vooralsnog niet als beschrijvend kan worden gekwalificeerd. Hoe dan ook moet er, naar analogie met de rechtspraak van het Europees Hof van Justitie in de zaak F1-LIVE (HvJ EU C-196/11 P, 24 mei 2012, ECLI:EU:C:2012:314), een zekere mate van onderscheidend vermogen worden toegekend aan een, door een andere instantie, getoetste merkinschrijving waarop een oppositie is gebaseerd.

46. Het onderscheidend vermogen van het ingeroepen recht is bovendien 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 (GEU, Pages Jaunes, T- 134/06, 13 december 2007, ECLI:EU:T:2007:387 en HvJEU, compressor technology, C-43/15P, 8 november 2016, ECLI:EU:C:2016:837). Immers, 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).

47. De soortgelijkheid van de waren en diensten is in confesso. De tekens zijn begripsmatig overeenstemmend en visueel en auditief in zekere mate overeenstemmend. Gelet op de mate van overeenstemming van de tekens is het niet onwaarschijnlijk dat het publiek, wanneer het met beide tekens geconfronteerd wordt, zal menen dat het betwiste teken een variant is op het ingeroepen recht (GEU, CONFORFLEX, zaaknr. T-10/03, 18 februari 2004, ECLI:EU:T:2004:46). Op die gronden, en rekening houdend met alle relevante omstandigheden en hun onderlinge samenhang, is het Bureau derhalve van oordeel dat het publiek kan menen dat de waren en diensten afkomstig zijn van dezelfde of een economisch verbonden onderneming.

## **B. Conclusie**

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



**IV. BESLUIT**

49. De oppositie met nummer 2012922 wordt toegewezen.

50. Het Benelux depot met nummer 1346336 wordt niet ingeschreven.

51. De verweerder is 1.030 euro verschuldigd aan de opposant op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 UR, aangezien de oppositie geheel toegewezen wordt. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 3 juli 2018

Eline Schiebroek  
(*rapporteur*)

Pieter Veeze

Willy Neys

Administratieve behandelaar: Loes Burger