

**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**  
**BESLISSING inzake OPPOSITIE**  
**N° 2013915**  
**van 11 februari 2020**

**Opposant:** **KIDS BRANDS GROUP INTERNATIONAL S.à.r.l.**  
15, rue Bender  
1229 Luxemburg  
Luxemburg

**Gemachtigde:** **BUREAU DUTHOIT LEGROS ASSOCIES**  
31, rue des Poissonceaux  
59044 Lille Cedex  
Frankrijk

**Ingeroepen merk:** **Uniemerk 509869**

CYRILLUS

*tegen*

**Verweerder:** **Cyrille Sellenraad**  
Seringenhof 3  
5342 CP Oss  
Nederland

**Betwiste merk:** **Benelux aanvraag 1367719**

Cyrille

## **I. FEITEN EN PROCEDURE**

### **A. Feiten**

1. Op 9 januari 2018 heeft verweerder een Benelux aanvraag verricht van het woordmerk Cyrille voor waren in klasse 18. Deze aanvraag is onder nummer 1367719 in behandeling genomen en gepubliceerd op 25 januari 2018.
2. Op 14 februari 2018 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze aanvraag. De oppositie is gebaseerd op Uniemerken 509869 van het woordmerk CYRILLUS, ingediend op 11 april 1997 en ingeschreven op 27 januari 1999 voor waren en diensten in de klassen 3, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 35, 36 en 38.
3. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van het ingeroepen merk.
4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren van de betwiste aanvraag en is gebaseerd op alle waren en diensten van het ingeroepen merk.
5. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14 van het Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (hierna: "BVIE").<sup>1</sup>
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 februari 2018. 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 van de procedure is afgerond op 23 mei 2019.

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

8. De opposant dient met toepassing van artikel 2.14, lid 2, sub a BVIE een oppositie bij het Bureau in, en beroept zich daarbij op artikel 2.2ter, lid 1, sub b BVIE: verwarringsgevaar omwille van de identiteit of overeenstemming van merk en teken en van de waren of diensten in kwestie.

### **A. Argumenten opposant**

9. Opposant stelt vast dat de eerste zes letters van de merken identiek zijn. Slechts de uitgang, -US bij het ingeroepen merk en -E bij het betwiste merk, is verschillend. Hij concludeert hieruit dat de merken visueel en auditief sterk overeenstemmen. Een begripsmatige vergelijking is volgens opposant niet mogelijk, aangezien de merken geen betekenis hebben.
10. De waren van het betwiste merk acht opposant deels identiek, deels soortgelijk en deels complementair aan de waren in de klassen 18 en 25 van het ingeroepen merk.

---

<sup>1</sup> In deze beslissing wordt steeds verwezen naar de op de datum van de beslissing van toepassing zijnde wet- en regelgeving, tenzij het gaat om bepalingen die gedurende de procedure een materiële en voor de beslissing relevante wijziging hebben ondergaan.

11. Opposant concludeert dat er sprake is van gevaar voor verwarring en verzoekt het Bureau het betwiste merk niet in te schrijven.

## **B. Reactie verweerder**

12. Volgens verweester is er absoluut geen sprake van gevaar voor verwarring, aangezien het in haar ogen om twee totaal verschillende namen gaat en tevens om verschillende producten.

13. Op begripsmatig vlak verwijst verweester naar de Griekse en Latijnse betekenis van respectievelijk Κύριλλος en Cyrillus, namelijk "heer" of "meester". Cyrille is daarentegen een moderne naam zonder enige betekenis, zodat de merken begripsmatig verschillend zijn, aldus verweester.

14. Onder vermelding van een leerboek Latijn, wijst verweester erop dat in die taal de letter C wordt uitgesproken als K en de U als OE. Bijgevolg wordt het ingeroepen merk volgens haar uitgesproken als [kie-rie-loes], met de klemtoon op de laatste lettergreep. Het betwiste merk wordt daarentegen uitgesproken als [sie-riel], aangezien de laatste lettergreep (le) niet wordt uitgesproken.

15. Verweester merkt op dat opposant geenszins de bekendheid van zijn merk heeft aangetoond en zelfs niet het gebruik van zijn merk voor de waren in klasse 18. De bijlagen die opposant aanlevert, wekken een totaalindruk op die te maken heeft met kleding en mode, met name van mondiaal bekende merken, aldus verweester. De waren in klasse 18 zijn daarbij duidelijk slechts bijzaak. Bovendien zijn de waren van het betwiste teken uniek en dus zeker niet identiek aan die van opposant.

16. Verweester wijst erop dat haar producten te vinden zullen zijn in het topsegment van de branche, en dat derhalve het doelpubliek en de afzetkanalen niet dezelfde zijn als die van opposant.

17. Op grond van het voorgaande verzoekt verweester het Bureau haar merkregistratie goed te keuren en inschrijving in het register te accorderen.

## **III. BESLISSING**

### **A.1 Verwarringsgevaar**

18. Overeenkomstig artikel 2.14 BVIE kan de houder van een ouder merk, binnen een termijn van twee maanden vanaf de publicatie van de aanvraag, schriftelijk oppositie instellen bij het Bureau tegen een merk dat in rangorde na het zijne komt, overeenkomstig de bepalingen in artikel 2.2ter BVIE.

19. Artikel 2.2ter, lid 1 bepaalt, voor zover hier van belang: "*Een merk wordt wanneer daartegen oppositie wordt ingesteld niet ingeschreven [...] indien: [...] b. het gelijk is aan of overeenstemt met een ouder merk en betrekking heeft op gelijke of overeenstemmende waren of diensten en daardoor bij het publiek gevaar voor verwarring bestaat, ook wanneer die verwarring het gevolg is van associatie met het oudere merk.*"

20. Volgens vaste rechtspraak over de uitlegging van Richtlijn (EU) 2015/2436 van het Europees Parlement en de Raad van 16 december 2015 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; Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

### **Vergelijking van de merken**

21. Uit de bewoordingen van artikel 5, lid 1, sub b van de Richtlijn (vergelijk artikel 2.2ter.1, 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).

22. 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).

23. De te vergelijken merken zijn de volgende:

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
CYRILLUS	Cyrille

### *Visuele vergelijking*

24. Beide merken zijn zuivere woordmerken, het ingeroepen merk bestaande uit een woord van acht letters, het betwiste merk uit een woord van zeven letters. De merken zijn dus nagenoeg even lang. Terzijde zij opgemerkt dat het verschil in het gebruik van hoofdletters en kleine letters niet terzake doet bij de beoordeling van de visuele overeenstemming van woordmerken (zie in die zin ook GEU, babilu, T-66/11, 31 januari 2013, ECLI:EU:T:2013:48).

25. De consument zal 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, ECLI:EU:T:2004:79). In casu zijn de eerste zes letters van de merken identiek en staan zij in precies dezelfde volgorde. Alleen de laatste letter van het betwiste merk is dus verschillend en deze komt niet voor in het ingeroepen merk. Toch weegt dit enige verschilpunt niet op tegen de totaalindruk van visuele overeenstemming als gevolg van de zes voorgaande identieke letters.

26. De merken zijn visueel sterk overeenstemmend.

### *Auditieve vergelijking*

27. Hoewel de zes eerste letters van de merken identiek zijn, meent verweerster dat de merken heel verschillend worden uitgesproken, namelijk [kie-rie-loes] versus [sie-riel] (zie punt 13).

28. Verweerster baseert zich daartoe op de officiële uitspraak van het Latijn en verwijst zelfs naar een leerboek Latijn. Evenwel mag niet uit het oog worden verloren dat slechts een zeer kleine

minderheid van de consumenten in de Benelux het Latijn machtig is en dat niet iedereen vertrouwd is met de exacte Latijnse uitspraakregels. Bovendien is de Beneluxconsument eraan gewend dat de lettercombinatie CY zowel in het Nederlands, het Frans als het Engels wordt uitgesproken als SI (bijvoorbeeld cyber, cyclus, cycloon, cynisch, Cyprus, cyrillisch). Bijgevolg zal ten minste een behoorlijk deel van de consumenten in de Benelux de C in het voorliggende geval uitspreken als een S.

29. In dat geval wordt het ingeroepen merk uitgesproken als [si-ri-lus] en het betwiste merk als [si-ril]. Weliswaar wordt de laatste lettergreep (le) van het betwiste merk niet uitgesproken, maar de twee eerste lettergrepen van de merken zijn toch quasi identiek. Volgens verweerster valt de klemtoon in het betwiste merk op de laatste lettergreep, maar zij verklaart niet waarom dit zo is. Het Bureau is daarentegen eerder geneigd de klemtoon in beide merken op de tweede lettergreep te plaatsen.

30. Ook al zou slechts een deel van het in aanmerking komend publiek de door het Bureau voorgestane uitspraak hanteren, dan nog zij erop gewezen dat volgens vaste rechtspraak 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, ECLI:EU:T:2005:89).

31. De merken zijn auditief overeenstemmend.

#### *Begripsmatige vergelijking*

32. Het ingeroepen merk betekent volgens verweerster "heer" of meester" (zie punt 14). Het Bureau is evenwel van oordeel dat de doorsnee consument deze betekenissen niet zal kennen. Bovendien kan uit deze betekenissen nog niet worden geconcludeerd dat de merken op dit vlak verschillend zijn, zoals verweerster doet (eveneens punt 14).

33. Het Bureau is van oordeel dat het betwiste merk door het in aanmerking komend publiek zal worden opgevat als een voornaam en het ingeroepen merk als de Latijnse (of verlatijnste) vorm daarvan. Dit wil evenwel nog niet zeggen dat de merken daarom conceptueel overeenstemmen. Volgens de jurisprudentie houdt begripsmatige overeenstemming in dat de conflicterende merken gelijkend zijn in hun semantische inhoud. Een voornaam heeft geen semantische inhoud en derhalve is de begripsmatige vergelijking van twee merken die uit een voornaam bestaan niet mogelijk. Deze vergelijking is slechts mogelijk wanneer de naam in kwestie een conceptueel symbool is geworden, bijvoorbeeld door de bekendheid van het personage dat die naam draagt, of wanneer de desbetreffende naam een duidelijke en terstond herkenbare semantische inhoud heeft (zie GEU, Luciano Sandrone, T-268/18, 27 juni 2019, ECLI:EU:T:2019:452).

34. De merken hebben geen duidelijke en vaste betekenis en een begripsmatige vergelijking is daarom niet mogelijk.

#### *Conclusie*

35. De merken zijn visueel sterk overeenstemmend, auditief overeenstemmend en een begripsmatig vergelijking is niet aan de orde.

**Vergelijking van de waren**

36. Bij de beoordeling van de overeenstemming van de betrokken waren en diensten moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren die de verhouding tussen de waren en 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).

37. Bij de vergelijking van de waren van het ingeroepen merk en deze waartegen de oppositie is gericht, worden in casu de waren in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag.

38. Zonder de basis van de oppositie formeel te beperken, betreft opposant alleen de waren van het ingeroepen merk in de klassen 18 en 25 in de vergelijking. In casu is het Bureau eveneens van oordeel dat deze vergelijking kan volstaan. De te vergelijken waren zijn derhalve de volgende:

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
Klasse 18 Lederwaren, leder en kunstleder, reiskoffers en koffers, paraplu's, parasols en wandelstokken.	Klasse 18 Bewerkte of halfbewerkte dierenhuiden en ander leder; Imitatiedierenhuiden; Schouderriemen van leder; Schouderriemen; Avondtasjes; Avondhandtassen; Avondtassen; Beursjes; Beurzen (lederwaren); Beurzen voor munten, niet van edelmetaal [portemonnees]; Buideltasjes; Clutches [tasjes]; Dameshandtassen; Envelopptassen; Etais (lederwaren); Handtassen; Handtassen, beurzen en portefeuilles; Handtassen, portemonnees en portefeuilles; Handtassen van leder; Handtassen van kunstleder; Kleine enveloppetasjes; Lederen tassen; Leren tassen; Modehandtassen; Portemonnees; Tassen; Tassen en portefeuilles van leder; Tassen van leder.
Klasse 25 Kledingstukken, schoeisel (uitgezonderd orthopedisch schoeisel), hoofddeksels.	

39. De waar *leder* komt voor in beide warenlijsten en is derhalve identiek.

40. Leder (of leer) is in Van Dale, Groot woordenboek van de Nederlandse taal een voor velerlei doeleinden gebruikte stof die wordt verkregen door dierenhuiden volgens bepaalde procedés te bewerken, zodanig dat zij soepel blijven en niet kunnen bederven. In dat licht stemmen de waren *bewerkte of halfbewerkte dierenhuiden* en *imitatiedierenhuiden* van het betwiste merk overeen met de waren *leder* en *kunstleder* van het ingeroepen merk.

41. Lederwaren zijn (eveneens naar Van Dale) voorwerpen van leer gemaakt, met name fijne waren als portemonnees, handtassen enz. (geen schoeisel en zadelmakersproducten). Bijgevolg vallen de waren *schouderriemen van leder, beurzen (lederwaren), etuis (lederwaren), handtassen van leder, lederen tassen, leren tassen, tassen en portefeuilles van leder* en *tassen van leder* van het betwiste merk hieronder en zijn dus gelijk daaraan. 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, GEU, Fifties, T-104/01, 23 oktober 2002, ECLI:EU:T:2002:262 en Arthur et Félicie, T-346/04, 24 november 2005, ECLI:EU:T:2005:420 en Prazol, T-95/07, 21 oktober 2008, ECLI:EU:T:2008:455).

42. De overige waren van het betwiste merk, *schouderriemen, avondtasjes, avondhandtassen, avondtassen, beursjes, beurzen voor munten, niet van edelmetaal [portemonnees], buideltasjes, clutches [tasjes], dameshandtassen, enveloptassen, handtassen, handtassen, beurzen en portefeuilles, handtassen, portemonnees en portefeuilles, handtassen van kunstleder, kleine enveloppetasjes, modehandtassen, portemonnees* en *tassen* zijn, voor zover zij niet van leer zijn, overeenstemmend met de *lederwaren* van het ingeroepen merk. De aard, bestemming en wijze van gebruik van deze waren zijn immers dezelfde en zij kennen ook eenzelfde doelpubliek en dezelfde distributiekanaalen. Veelal zullen ook de producenten van deze waren dezelfde zijn, in ieder geval in de ogen van het in aanmerking komend publiek. Ten slotte zijn deze waren concurrerend: als alternatief voor de lederen variant kan men opteren voor de niet-lederen en vice versa.

#### *Conclusie*

43. De waren van het betwiste merk zijn deels identiek aan en deels overeenstemmend met de waren van het ingeroepen merk.

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

44. Bij de beoordeling van het gevaar voor verwarring spelen met name de aandacht van het publiek en de overeenstemming van de waren en diensten en van de tekens een rol.

45. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn. Er dient rekening mee te worden gehouden, dat de gemiddelde consument slechts zelden de mogelijkheid heeft verschillende merken rechtstreeks met elkaar te vergelijken, doch aanhaakt bij het onvolmaakte beeld dat bij hem is achtergebleven.

46. Het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naar gelang van de soort waren of diensten waar het om gaat (arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds geciteerd). De betrokken waren zijn uit hun aard gericht op het grote publiek, waarbij moet worden uitgegaan van een normaal aandachtsniveau.

47. 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 van de waren of diensten waarop zij betrekking hebben. Zo kan een geringe mate van overeenstemming 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).

48. 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 merk beschikt van huis uit over een normaal onderscheidend vermogen, aangezien het geen kenmerk beschrijft van de waren in kwestie.

49. De merken zijn visueel sterk overeenstemmend en auditief overeenstemmend, terwijl een begripsmatige vergelijking niet van toepassing is. De betrokken waren zijn deels identiek en deels overeenstemmend. Op die gronden, en rekening houdend met alle relevante omstandigheden en hun onderlinge samenhang, is het Bureau van oordeel dat het in aanmerking komend publiek kan menen dat deze waren afkomstig zijn van dezelfde of van een economisch verbonden onderneming.

## **B. Overige factoren**

50. Verweerster wijst erop dat opposant geenszins de bekendheid van zijn merk heeft aangetoond (zie punt 15). Opposant heeft evenwel niet de bekendheid van zijn merk ingeroepen en deze speelt dan ook geen rol in deze oppositie.

51. Verweerster betwist het gebruik van het ingeroepen merk voor de waren in klasse 18 (eveneens punt 15). Echter, nu het ingeroepen merk langer dan vijf jaar was ingeschreven voor de datum van publicatie van het betwiste merk, had het op verweersters weg gelegen om bewijzen van normaal gebruik te vragen op grond van artikel 2.16bis, lid 1 BVIE en overeenkomstig regel 1.14, lid 1, sub d UR. Nu zij dit niet expliciet heeft gedaan, moet worden uitgegaan van de geldigheid van het ingeroepen merk voor alle waren en diensten waarvoor het is ingeschreven.

52. Met het feitelijke gebruik van de merken (punt 16) kan in het kader van een oppositieprocedure geen rekening worden gehouden, aangezien de vergelijking van de merken en van de waren uitsluitend plaatsvindt op basis van de registergegevens. 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, ECLI:EU:C:2007:171; O2 Holdings Limited, C-533/06, 12 juni 2008, ECLI:EU:C:2008:339; GEU, Ferromix e.a., T-305/06-T-307/06, 15 oktober 2008, ECLI:EU:T:2008:444).

## **C. Conclusie**

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

## **IV. BESLUIT**

54. De oppositie met nummer 2013915 wordt toegewezen.

55. Benelux aanvraag 1367719 wordt niet ingeschreven.



56. Verweerster is 1.045 euro verschuldigd aan de opposant op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.28, lid 3 UR, aangezien de oppositie geheel wordt toegewezen. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 11 februari 2020

Willy Neys  
(*rapporteur*)

Saskia Smits

Tomas Westenbroek



Administratieve behandelaar:

Guy Abrams