

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2014186
van 20 december 2021

Opposant: **SC CROCO SRL**
Str. Slanicului 12 , Onesti
601110 Judetul Bacau
Roemenië

Gemachtigde: **NLO Shieldmark B.V.**
New Babylon City Offices Anna van Buerenplein 21 A
2595 DA Den Haag
Nederland

Ingeroepen merk: **Benelux inschrijving 866034**



tegen

Verweerder: **Rigo Trading S.A.**
Route de Trèves 6 EBBC, Building E
2633 Senningerberg
Luxemburg

Gemachtigde: **Rigo Trading S.A.**
Route de Trèves 6 EBBC Building E
2633 Senningerberg
Luxemburg

Betwiste merk: **Benelux aanvraag 1372934**
CROCO'WEEN

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 3 april 2018 heeft verweerder een Benelux aanvraag verricht van het woordmerk CROCO'WEEN voor waren in klasse 30. Deze aanvraag is onder nummer 1372934 in behandeling genomen en gepubliceerd op 7 mei 2018. Gaande de procedure heeft verweerder een beperking van de waren laten aantekenen.

2. Op 29 mei 2018 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze aanvraag. De oppositie is gebaseerd op Benelux inschrijving 866034 van het gecombineerde woord-/beeldmerk



, ingediend op 22 juni 2009 en ingeschreven op 10 september 2009 voor waren en diensten in de klassen 30 en 35.

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 van het ingeroepen merk.

5. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14, lid 1 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 30 mei 2018. In de loop van de administratieve fase van de procedure hebben beide partijen argumenten ingediend en werd de procedure ambtshalve opgeschort. Op verzoek van verweerder heeft opposant bewijzen van gebruik 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 22 september 2020.

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, overeenkomstig de bepalingen van artikel 2.2ter, lid 1, sub b BVIE: verwarringsgevaar omwille van de identiteit of overeenstemming van de betrokken merken en van de waren of diensten in kwestie.

A. Argumenten opposant

9. Volgens opposant is het figuratieve element in het ingeroepen merk te verwaarlozen en stemmen de merken visueel in hoge mate overeen aangezien het eerste deel identiek is. Auditief zijn de twee eerste lettergrepen identiek, waardoor ze op dit vlak eveneens in hoge mate overeenstemmen.

10. Opposant meent dat het woord CROCO in alle taalgebieden van de Benelux door het relevante publiek wordt begrepen als (verwijzing naar) "krokodil". Hij concludeert derhalve dat de merken begripsmatig identiek dan wel overeenstemmend zijn.

11. Volgens opposant zijn de waren van de merken in klasse 30 naar hun aard identiek dan wel in hoge mate overeenstemmend. De diensten van het ingeroepen merk zijn complementair aan de waren in klasse 30, zodat ook hier sprake is van enige mate van overeenstemming, aldus opposant.

12. Opposant concludeert dat er sprake is van gevaar voor verwarring en verzoekt het Bureau de oppositie toe te wijzen, de inschrijving van het betwiste merk te weigeren en verweerder te verwijzen in de kosten.

13. Op verzoek van verweerder heeft opposant bewijzen van gebruik ingediend.

B. Reactie verweerder

14. Verweerder heeft in eerste instantie om bewijzen van gebruik van het ingeroepen merk verzocht.

15. Verweerder merkt op dat een deel van de door opposant ingediende stukken niet gedateerd zijn of buiten het relevante tijdvak vallen. Verder blijkt niet het gebruik voor de waren en diensten waarvoor het merk is ingeschreven en waarop de oppositie is gebaseerd. Daarnaast zijn er geen aanwijzingen over het tijdstip en de omvang van het gebruik, zijn de vermelde hoeveelheden louter symbolisch en zijn ze gericht op een zeer beperkt gebied en publiek. Verweerder concludeert dan ook dat er geen sprake is van normaal gebruik van het ingeroepen merk. Hij voegt daar nog aan toe dat, als er al enig gebruik van het merk zou zijn (wat niet het geval is), dit hoogstens betrekking zou hebben op "broodstengels en crackers".

16. Nu CROCO een gangbare afkorting is voor krokodil zal de consument het merk onmiddellijk opvatten als beschrijvend voor de waren in klasse 30, die immers de vorm kunnen hebben van krokodillen of versierd kunnen zijn met krokodillen. Daarom neemt verweerder aan dat dit merk slechts voor inschrijving in aanmerking is gekomen omwille van de figuratieve elementen.

17. Verweerder meent dat door de apostrof in het midden van het betwiste merk, gevolgd door de opvallende letter W, de aandacht van de consument zal worden getrokken naar het middelste en tweede deel van dit merk. Dit maakt de visuele totaalindruk volgens hem verschillend.

18. Fonetisch wordt het ingeroepen merk uitgesproken in twee lettergrepen als [cro-co], met de klemtoon op de eerste. Het betwiste merk zal worden uitgesproken in drie lettergrepen, [cro-co-ween], met de klemtoon op de laatste. De merken zullen dus met een ander ritme en een andere intonatie worden uitgesproken, waardoor ze een andere auditieve totaalindruk maken.

19. Begripsmatig betekent het ingeroepen merk "krokodil", en zal het door het publiek worden opgevat als een aanduiding van een van de kenmerken van de betrokken waren. Het betwiste merk is een fantasievolle term, met een woordspeling tussen "CROCO" en het mystieke "WEEN". In dit verband acht verweerder het nuttig op te merken dat de HARIBO groep van ondernemingen waartoe verweerder behoort, een familie van merken heeft die eindigen op "WEEN". De consument zal de woordspeling tussen de beschrijvende term "CROCO" en de uitgang "WEEN" dan ook gemakkelijk kunnen opvatten als een nieuw merk van de HARIBO-familie. Bij het zien van dit merk zal de consument dus zijn aandacht vestigen op de onbekende maar vertrouwde term "WEEN" om zich een voorstelling te maken van het soort mystieke effect dat deze term op de betrokken producten zou hebben. Gelet op het verschil in betekenis zijn de merken begripsmatig dus verschillend, aldus verweerder.

20. Verweerder wijst erop dat de waren waarvoor het gebruik van het ingeroepen merk hooguit zou kunnen worden aangenomen, broodstengels en crackers, verschillend zijn van de waren van het betwiste merk. Deze waren verschillen naar aard, bestemming en distributiekanaal en zijn noch complementair noch concurrerend.

21. Verweerder concludeert dat er geen gevaar voor verwarring bestaat en dat de merken vreedzaam naast elkaar kunnen bestaan. Hij verzoekt het Bureau dan ook de oppositie af te wijzen, en opposant te verwijzen in de kosten.

III. BESLISSING

A.1 Gebruiksbewijzen

22. In toepassing van de bepalingen van de artikelen 2.16bis, lid 1 en 2.23bis, lid 1 BVIE en regel 1.25 UR, dient het ingeroepen merk normaal te zijn gebruikt in een tijdvak van vijf jaren voorafgaand aan de datum van indiening (in casu publicatie) van het jongere merk.

23. Gelet op de datum van indiening van de oppositie, moet de relevante periode van vijf jaar worden berekend voorafgaand aan de datum van publicatie van het betwiste merk. Het betwiste merk werd gepubliceerd op 7 mei 2018. De periode die in aanmerking moet worden genomen – de relevante periode – loopt dus van 7 mei 2013 tot 7 mei 2018.

24. Blijkens het arrest van het Hof van Justitie van de Europese Unie (hierna: Hof of HvJEU) van 11 maart 2003 (HvJEU, Ansul, C-40/01, ECLI:EU:C:2003:145), wordt van een merk een normaal gebruik gemaakt wanneer het, overeenkomstig zijn wezenlijke functie, te weten het waarborgen van de identiteit van de oorsprong van de waren of diensten waarvoor het is ingeschreven, wordt gebruikt teneinde voor die waren of diensten een afzet te vinden of te behouden, met uitsluiting van symbolisch gebruik dat er alleen toe strekt, de aan het merk verbonden rechten te behouden. In dit verband betekent het vereiste van normaal gebruik van het merk, dat dit merk, zoals het op het relevante grondgebied wordt beschermd, publiek en naar buiten toe wordt gebruikt (zie tevens Gerecht van de Europese Unie (hierna: "GEU" of "Gerecht"), Silk Cocoon, T-174/01, 12 maart 2003, ECLI:EU:T:2003:68, punt 39; GEU, Vitafruit, T-203/02, 8 juli 2004, ECLI:EU:T:2005:346, punt 39; GEU, Charlott, T-169/06, 8 november 2007, ECLI:EU:T:2007:337, punt 34).

25. Het Gerecht stelt nadrukkelijk dat het normale gebruik van een merk niet op basis van waarschijnlijkheden of vermoedens kan worden aangenomen, doch moet worden aangetoond aan de hand van concrete en objectieve gegevens die een daadwerkelijk en afdoend gebruik van het merk op de betrokken markt bewijzen (GEU, Hiwatt, T-39/01, 12 december 2002, ECLI:EU:T:2002:316; Vitakraft, T-356/02, 6 oktober 2004, ECLI:EU:T:2004:292; Sonia Sonia Rykiel, reeds aangehaald).

26. Overeenkomstig regel 1.25, lid 2 UR dienen de bewijzen van gebruik aanwijzingen te bevatten over de plaats, duur, omvang en wijze van het gebruik dat is gemaakt van het oudere merk voor de waren of diensten waarop de oppositie berust.

Beoordeling van de ingediende gebruiksbewijzen

27. Opposant dient de volgende stukken in ten bewijze van gebruik van zijn ingeroepen merk:

- 1) Affidavit getekend door de beheerder en algemeen directeur van CROCO SRL;
- 2) Brief van Koelnmesse GmbH;
- 3) Brief van PLMA;
- 4) Foto's van de stand van opposant op de *PLMA Trade Fair* in Amsterdam;
- 5) Screenprints van het internet;
- 6) Uittreksels uit catalogi;
- 7) Foto's van het CROCO-assortiment;
- 8) Facturen;

- 9) Totale omzet van de facturen;
- 10) Een publicatie uit 2016 van *FRD Center*.

28. Het feit dat het affidavit (onder 1 hierboven) afkomstig is van (de beheerder en algemeen directeur van) opposant zelf en niet van een onafhankelijke bron brengt niet noodzakelijkerwijs met zich mee dat deze als bewijsmiddel is uitgesloten. Bij de beoordeling van de bewijskracht van een stuk moet met name rekening worden gehouden met de herkomst van het stuk, de omstandigheden waarin het tot stand is gekomen, en degene tot wie het is gericht, en voorts moet worden onderzocht of het stuk, gelet op zijn inhoud, redelijk en geloofwaardig overkomt (GEU, *Salvita*, T-303/03, 7 juni 2005, ECLI:EU:T:2005:200).

29. Volgens deze verklaring brengt opposant sinds zijn oprichting in 1994 zijn CROCO-merken op de markt voor een grote verscheidenheid van waren, waaronder *pretzels, biscuits, sweet biscuits, salted biscuits, petit beurre biscuits, crispy biscuits (crackers), cream biscuits, crackers, sticks, small breadstuffs with different flavors, seeds and spices, mixes of the small breadstuffs products*. De verkoopcijfers in de Benelux voor de jaren 2013-2018 bedragen volgens de verklaring ruim een miljoen, zowel uitgedrukt in Euro's als in kilogrammen.


30. De brief van Koelnmesse GmbH (2 hierboven) bevestigt de deelname van opposant aan de *International Sweets and Biscuits Fairs* in Keulen van 2017 tot 2020 en aan *Anuga (Allgemeine Nahrungs- und Genussmittel-Ausstellung, de grootste levensmiddelenbeurs ter wereld, eveneens in Keulen) Bread&Bakery* 2017 en 2019. Over gebruik in de Benelux wordt niet gerept en ook niet over de waren en diensten.

31. De brief van PLMA (*Private Label Manufacturers Association*) *International Council* van 19 oktober 2017 (3), bevestigt de deelname van opposant aan de *PLMA Trade Fairs* van 2008 tot 2018, maar bevat geen aanwijzingen over de producten die aldaar werden aangeboden. Dat doen mogelijk de foto's (4) wel: er worden een twaalfstal foto's getoond van de stands van opposant op de *PLMA Trade Fair* in Amsterdam van de jaren 2009, 2014, 2015 en 2017. De foto's tonen geëtalereerde verpakkingen, die meestal niet duidelijk genoeg zijn om het merk en de afbeeldingen erop te kunnen zien. Wel bevatten sommige foto's een uithangbord met daarop duidelijk het ingeroepen merk en de volgende opschriften: BISCUITS –



BREZEL – CRACKERS – STICKS – en afbeeldingen als deze

32. De screenprints van het internet (5) tonen enkele folderacties voor Wibra en Big Bazar, enkele schermafdrucken van de website van opposant en van YouTube. De acties voor Wibra en Big Bazar (in Nederland) waren beperkt in tijd (een kleine twee weken). De website van opposant en de getoonde uittreksels uit YouTube hebben betrekking op Roemenië en zeggen dus niets over het gebruik van het merk in de Benelux. De getoonde verpakkingen bevatten – voor zover al leesbaar – naast het ingeroepen merk de opschriften CRACKERS – BISCUITI – STICIKS – BREZEL.

33. De catalogi (6) bevatten een pagina uit drie (plaatselijke) folders (*Ameel, Roeselare en Conway Magazine*) van 2012, 2013 en 2014 met daarin een verpakking met het ingeroepen merk en de onderschriften STICKS – CRACKERS, in het laatste geval onder de rubriek .

34. De foto's onder nummer 7 tonen een assortiment producten met op de verpakking het ingeroepen merk en al dan niet de reeds meermaals genoemde bijschriften. Deze foto's bevatten echter geen enkele aanwijzing omtrent de plaats, duur of omvang van het gebruik dat is gemaakt van het merk.

35. De facturen (nummer 8, meerdere tientallen) zijn gericht aan afnemers in België en Nederland en bestrijken de periode 2012-2018. Verweerder merkt op dat een deel ervan dus buiten de relevante periode valt. Dit wil echter niet zeggen dat deze stukken daarom buiten beschouwing moeten blijven. Stukken van buiten de relevante periode kunnen immers dienen ter ondersteuning van de andere ingediende documenten (zie onder andere GEU, Aire Limpio, T-168/04, 7 september 2006, ECLI:EU:C:2008:420). In het voorliggende geval sluiten de facturen van 2012 en begin 2013 naadloos aan bij de latere facturen, die wel dateren van binnen de relevante periode.

36. Op de facturen verschijnt het ingeroepen merk als woordmerk, hetgeen niet ongebruikelijk is in facturen. In verreweg de meeste gevallen wordt het merk gevolgd door een nadere omschrijving zoals hierboven weergegeven, vaak met nog een nadere specificering, zoals BREZEL SALT, MIX CRACKERS + BREZEL, kortom een aanduiding voor diverse soorten smaken.

37. De totale omzet van de facturen (9) bedraagt meerdere tienduizenden euro's.

38. De publicatie onder 10 is getiteld *FOOD MARKET IN ROMANIA 2016* en is gemaakt in opdracht van de Nederlandse ambassade in Roemenië (ondertitel: *A FRD Center publication for the Embassy of the Kingdom of the Netherlands in Romania*). Het is een nogal lijvige studie over deze sector in Roemenië (bijna 200 pagina's), maar enig inzicht in het gebruik van het ingeroepen merk in de Benelux, biedt zij niet.

Conclusie

39. Uit de facturen blijkt dat opposant zijn producten in de relevante periode in de Benelux op de markt heeft gebracht onder het ingeroepen merk, echter niet voor alle producten waarvoor dit merk is ingeschreven. Uit de stukken in hun onderlinge samenhang genomen, blijkt dat het merk slechts is gebruikt voor – in algemene termen – *hartige snacks op basis van granen* in klasse 30. Voor wat betreft de diensten in klasse 35 zal opposant de aldaar genoemde activiteiten wellicht ontplooien in het kader van zijn eigen bedrijfsvoering, maar uit de stukken is niet gebleken dat hij deze diensten ook heeft verricht ten behoeve van derden. Op grond van artikel 2.16bis, lid 2 BVIE dient de oppositiebeslissing bijgevolg beperkt te blijven tot de hierboven genoemde waren.

A.2 Verwarringsgevaar

40. 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.

41. Artikel 2.2ter, lid 1 BVIE bepaalt, voor zover hier van belang: *"Een merk wordt wanneer daartegen oppositie wordt ingesteld niet ingeschreven [...] indien: [...] 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."*

42. 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 waren en van de merken

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

44. Bij de vergelijking van de waren waartegen de oppositie is gericht en de waren waarop ze is gebaseerd, worden de waren in overweging genomen in de bewoordingen zoals vermeld in de aanvraag, respectievelijk zoals opgenomen in het register, voor zover het normaal gebruik daarvoor is aangetoond.

45. Hierboven is reeds gebleken dat het normaal gebruik van het ingeroepen merk slechts is aangetoond voor een beperkt aantal waren. De te vergelijken waren en merken zijn derhalve de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
Classe 30 En-cas salés à base de céréales. <i>Klasse 30 Hartige snacks op basis van granen.</i>	Class 30 Sugar confectionery, namely gummy candy, liquorice, sweet foam, non-medical chewing gum. <i>Klasse 30 Suikergoed, namelijk gomsnoepjes, drop [suikerwerk], schuimsnoepjes, niet medicinale kauwgom.</i>
<i>NB: De waren- en dienstenlijst van deze inschrijving is in het Frans. De Nederlandse vertaling is uitsluitend ten behoeve van de leesbaarheid van deze beslissing toegevoegd.</i>	
	CROCO'WEEN

46. Uit het gebruik van het woord *namely* ("namelijk") in de warenlijst van het betwiste merk blijkt dat de daarna volgende opsomming limitatief is. Met andere woorden, verweerder heeft de algemene categorie *sugar confectionery* beperkt tot deze nader gespecificeerde producten.

47. De waren van het betwiste merk bestaan – kort gezegd – uit snoepgoed, de waren van het ingeroepen merk uit hartige snacks. Snoepgoed is doorgaans zoet, hartige snacks zijn doorgaans zout, maar heel absoluut is dat onderscheid niet. Drop bijvoorbeeld bestaat zowel in een zoete als een zoute variant en hetzelfde geldt voor popcorn en diverse soorten koekjes. Daarnaast hebben deze waren gemeen dat zij veelal als tussendoortje worden genuttigd, al dan niet tijdens een onderonsje en om de trek of een lichte honger te stillen. Ten slotte zijn deze waren in zekere zin concurrerend: men zou voor de ene waar kunnen kiezen ter vervanging van de andere. Het Bureau is daarom van oordeel dat deze waren in geringe mate overeenstemmend zijn.

Vergelijking van de merken

48. 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).

49. De globale beoordeling van het verwarringsgevaar dient wat de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkheid van de merken 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).

50. 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, ECLI:EU:C:2007:333). 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 bezien, hoe de verschillende bestanddelen in de configuratie van het samengestelde merk zich tot elkaar verhouden (*GEU, Matratzen*, T-6/01, 23 oktober 2002, ECLI:EU:T:2002:261 en *El Charcutero Artesano*, T-242/06, 13 december 2007, ECLI:EU:T:2007:391).

51. Het ingeroepen merk is een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit het woord *Croco* in een gestileerde schrijfwijze in witte letters met dubbele zwarte omranding en schuin oplopend weergegeven. Het betwiste merk is een zuiver woordmerk, bestaande uit negen letters en in het midden een apostrof.

52. De eerste vijf letters van de merken zijn identiek, waarbij zij opgemerkt dat deze letters in het ingeroepen merk toch opvallend anders zijn opgemaakt. Daarnaast bevat het betwiste merk nog vier letters en een lettergreep meer dan het ingeroepen merk.

53. Partijen zijn het erover eens dat "croco" een gangbare verwijzing is naar "krokodil". Daarnaast brengt verweerder onder de aandacht dat het toevoegsel *WEEN* een mystieke wending geeft aan het betwiste merk. Het Bureau ziet hierin eerder een verwijzing naar het bekende *Halloween*, waardoor het merk begripsmatig een andere connotatie bekommt.

Conclusie

54. De waren van het betwiste merk stemmen in geringe mate overeen met de waren van het ingeroepen merk waarvoor het normaal gebruik is aangetoond. De merken stemmen in hun totaalindruk in zekere mate overeen, waarbij zij opgemerkt dat het betwiste merk begripsmatig iets anders zal worden opgevat dan het ingeroepen merk.

A.3 Globale beoordeling

55. 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 merken een rol.

56. 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 casu betreft het dagelijkse consumptiegoederen, zodat moet worden uitgegaan van een normaal aandachtsniveau.

57. Het verwarringsgevaar is des te groter naarmate de onderscheidingskracht van het oudere merk sterker is. Merken die hetzij van huis uit, dan wel 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). In casu heeft het ingeroepen merk een normaal onderscheidend vermogen, aangezien het geen kenmerken van de betrokken waren beschrijft.

58. 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).

59. De betrokken waren zijn in geringe mate overeenstemmend. De merken zijn in zekere mate overeenstemmend, waarbij een zeker begripsmatig verschil valt aan te wijzen. Op basis van deze factoren, en gelet op hun onderlinge samenhang, is het Bureau van oordeel dat de overeenstemming tussen de waren en tussen de merken te gering is om te kunnen concluderen tot gevaar voor verwarring.

B. Conclusie

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

IV. BESLUIT

61. De oppositie met nummer 2014186 wordt afgewezen.

62. Benelux aanvraag 1372934 wordt ingeschreven voor alle waren waarvoor het is ingediend en nadien beperkt.

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

Den Haag, 20 december 2021



Willy Neys
(*rapporteur*)

Eline Schiebroek

Camille Janssen

Administratieve behandelaar:

Raphaëlle Gérard