

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2015007
van 10 maart 2022

Opposant: **Bert Maes BVBA**
Tielstraat 132 A
8760 Meulebeke
België

Gemachtigde: **K.O.B. N.V.**
President Kennedypark 31c
8500 Kortrijk
België

Ingeroepen merk 1: **Benelux inschrijving 985816**
PoulBlanc

Ingeroepen merk 2: **Benelux inschrijving 985752**



tegen

Verweerder: **Groenland Kip B.V.**
Beneluxweg 5
2411 NG Bodegraven
Nederland

Gemachtigde: **NLO Shieldmark B.V.**
Postbus 29720
2502 LS Den Haag
Nederland

Betwiste merk: **Benelux aanvraag 1389754**



I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 4 februari 2019 heeft verweerder een Benelux aanvraag verricht van het gecombineerde



woord-/beeldmerk voor waren in klasse 29. Deze aanvraag is onder nummer 1389754 in behandeling genomen en gepubliceerd op 11 februari 2019.

2. Op 1 april 2019 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze aanvraag. De oppositie is gebaseerd op de volgende oudere merken:

- Benelux inschrijving 985816 van het woordmerk PoulBlanc, ingediend op 19 november 2015 en ingeschreven op 2 februari 2016 voor waren en diensten in de klassen 29, 30 en 35;



- Benelux inschrijving 985752 van het gecombineerde woord-/beeldmerk , ingediend op 19 november 2015 en ingeschreven op 2 februari 2016 voor waren en diensten in de klassen 29, 30 en 35.

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

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren van de betwiste aanvraag en was aanvankelijk gebaseerd op alle waren en diensten van de ingeroepen merken, maar bij het indienen van zijn argumenten beperkt opposant deze tot de waren in de klassen 29 en 30.

5. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14, lid 2, 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 1 april 2019. 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 4 oktober 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 de merken en van de waren of diensten in kwestie.

A. Argumenten opposant

9. Opposant acht het beeldelement van het betwiste merk niet sterk onderscheidend en de afbeelding van een kip in het tweede ingeroepen merk louter beschrijvend voor de producten waarvoor het merk is geregistreerd. De woordelmente "Specialiteiten van de poelier" in het betwiste merk zijn moeilijk leesbaar. De woordelmente PoulBlanc en DEPOUL zijn daarom dominant en volgens opposant quasi identiek, waaruit hij concludeert dat de visuele overeenstemming tussen de merken bijzonder groot is.
10. Opposant meent dat het onderschrift in het betwiste merk niet zal worden uitgesproken en gelet op het identieke element POUL acht hij ook de auditieve overeenstemming tussen de merken bijzonder groot.
11. Op conceptueel vlak hebben de merken volgens opposant geen betekenis.
12. Opposant stelt vast dat de betrokken producten eenzelfde bestemming, gebruik en dezelfde verkooppunten hebben. Deze producten zijn dan ook identiek en daarenboven complementair en concurrerend. Voor de volledigheid benadrukt opposant dat de deels afwijkende indeling in klassen daar niet aan afdoet.
13. Opposant merkt op dat het aandachtsniveau van de gemiddelde consument voor alledaagse consumptiegoederen eerder laag tot gemiddeld is, waardoor sneller gevaar voor verwarring kan ontstaan. Wanneer het publiek met de merken wordt geconfronteerd, zal het volgens hem zeer waarschijnlijk menen dat het betwiste merk een variant is van de ingeroepen merken.
14. Opposant concludeert dat er gevaar voor verwarring bestaat bij het publiek en meent derhalve dat de oppositie dient te worden toegewezen. Tevens verzoekt hij het Bureau het betwiste merk af te wijzen en verweerder te veroordelen tot betaling van de kosten.

B. Reactie verweerder

15. Volgens verweerder is het aannemelijk dat de consument uit de ingeroepen merken de woorden "Poul" en "Blanc" zal distilleren aangezien deze algemeen bekende betekenissen hebben, namelijk een verwijzing naar een (witte) kip, evenals het beeldelement in het tweede ingeroepen merk. Deze elementen hebben direct betrekking op de herkomst van de waren en zijn volgens verweerder dan ook niet onderscheidend. Bovendien komen in het Beneluxregister 23 merken voor met het woordelmente "Poul", aldus verweerder.
16. Bijgevolg moet de beoordeling in het voorliggende geval worden gemaakt tussen het element "Blanc", het niets betekenende DEPOUL en de beeldelementen van het betwiste merk.
17. Verweerder stelt vast dat het eerste deel van de merken in hoge mate verschillend is. Daarnaast verschilt het aantal letters. Het enkele feit dat een deel van de oudere merken voorkomt in het betwiste merk, volstaat volgens hem niet om tot visuele overeenstemming te leiden. Verweerder concludeert dat de merken visueel niet verwarringwekkend overeenstemmen.
18. De uitspraak van de eerste lettergreep van de merken is duidelijk verschillend. Alleen het niet onderscheidende element "Poul" wordt hetzelfde uitgesproken. Verweerder is dan ook van mening dat de merken auditief niet overeenstemmen.
19. Verweerder is het met opposant eens dat de merken geen vaststaande betekenis hebben voor het Beneluxpubliek en dat een conceptuele vergelijking derhalve niet aan de orde is.
20. Verweerder stelt vast dat de betrokken waren in potentie overeenstemmend of identiek zijn.

21. Volgens verweerder richt opposant zich als vleesgroothandel met zijn waren tot het professionele publiek van slagerijen, horeca, supermarkten en dergelijke, met een relatief hoge mate van oplettendheid. Daarom zal het in aanmerking komend publiek elk verschil tussen de merken herkennen.

22. Verweerder concludeert dat de merken naast elkaar kunnen bestaan zonder gevaar voor verwarring bij het publiek. Hij verzoekt het Bureau derhalve de oppositie af te wijzen, het betwiste merk in te schrijven en opposant te verwijzen in de kosten.

III. BESLISSING

A.1 Verwarringsgevaar

23. 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.

24. Artikel 2.2ter, lid 1 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."*

25. 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 en van de waren

26. 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).

27. De globale beoordeling van het verwarringsgevaar dient wat de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkenis 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).

28. 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 gezien, 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).

29. De te vergelijken merken en waren zijn de volgende:

Met betrekking tot het eerste ingeroepen merk (Benelux inschrijving 985816):

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
PoulBlanc	
Klasse 29 Vlees; vleeswaren; gevogelte; wild en vis; vleesextracten van kip; bereide kip; kipproducten; kipconserven; kant-en klare gerechten op basis van gevogelte; kippenbouillon; kippensalade; eetbare oliën en vetten.	Klasse 29 Vleesextracten; Wild; Wild, niet levend; Voorverpakte maaltijden hoofdzakelijk bestaande uit wild; Maaltijden voornamelijk bestaande uit wild (Kant-en-klare -).
Klasse 30 Kruiden (specerijen); kruidensauzen; vleespasteitjes; quiches; sauzen (specerijen); vleessauzen; tomatensaus; sojasaus; sauzen voor kip; broodjes met kip.	

30. Verweerder stelt vast dat de betrokken waren in potentie overeenstemmend of identiek zijn (zie punt 20). De overeenstemming van de waren is derhalve in confesso.

31. Het ingeroepen merk is een zuiver woordmerk, bestaande uit een woord van negen letters. De gemiddelde consument zal weliswaar een merk gewoonlijk als een geheel waarnemen en niet letten op de verschillende details ervan, maar dit neemt niet weg dat hij het merk zal ontleden in wordelementen 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 en Ecoblue, T-281/07, 12 november 2008, ECLI:EU:T:2008:489).

32. In het voorliggend geval zal de consument in het ingeroepen merk twee woorden kunnen herkennen, mede vanwege het gebruik van de hoofdletters, te weten Poul en Blanc. Het woord Poul zal hij wellicht associëren met het fonetisch daaraan identieke Franse woord voor "kip", *poule*. Bovendien zal niet elke Beneluxconsument vertrouwd zijn met de exacte schrijfwijze van dit woord en zal althans een deel van het in aanmerking komend publiek ervan uitgaan dat dit de correcte schrijfwijze is. Evenzo zal het onderdeel Blanc minstens door een deel van het publiek worden opgevat als "wit". Het merk als geheel zal dus in verband worden gebracht met "witte kip". De correcte schrijfwijze daarvan zou weliswaar *poule*

blanche moeten zijn, maar niet elke Beneluxconsument zal vertrouwd zijn met de exacte (onregelmatige) verbuiging van bijvoeglijke naamwoorden in het Frans, en bovendien kan hij denken dat het hier gaat om een verkorte vorm van *poulet blanc*. Daarnaast kent het Frans ook nog de culinaire term *blanc de poulet* (kippenborst of kipfilet), kortom, redenen te over waarom de consument het merk zal opvatten zoals hierboven geschetst.

33. Het betwiste merk is een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit de woorden DEPOUL in grote witte drukletters en daaronder in veel kleinere cursieve letters de tekst "Specialiteiten van de poelier". Dit alles is geplaatst op een zwarte rechthoekige achtergrond en omkaderd door dikke witte lijnen, die links en rechts in het midden iets worden onderbroken.

34. Het publiek zal over het algemeen het beschrijvende bestanddeel van een samengesteld merk niet als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit merk gewekte totaalindruk ervaren (GEU, Budmen, T-129/01, 3 juli 2003, ECLI:EU:T:2003:184). Dit is in dit geval van toepassing op het onderschrift *Specialiteiten van de poelier* in het betwiste merk. Dit onderschrift zal worden gezien als een beschrijvende en aanprijzende aanduiding voor waren die afkomstig kunnen zijn van een poelier en niet als een onderscheidend bestanddeel van het merk.

35. Daarnaast is dit onderschrift in dusdanig kleine letters weergegeven dat het visueel zeer ondergeschikt is aan het daarboven staande en in veel grotere letters weergegeven woordelement, dat door de consument als eerste wordt waargenomen en ook om die reden voornamelijk zijn aandacht zal trekken (zie in die zin GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004, ECLI:EU:T:2004:79).

36. Op auditief vlak valt zelfs te verwachten dat de consument dit onderdeel niet bij de uitspraak zal betrekken wanneer aan het betwiste merk wordt gerefereerd (zie in die zin GEU, Green by Missako, T-162/08, 11 november 2009, ECLI:EU:T:2009:432). Ook zal een merk dat bestaat uit meerdere elementen over het algemeen worden afgekort tot iets wat makkelijk uit te spreken is (GEU, arrest Brothers by Camper, T-43/05, 30 november 2006, ECLI:EU:T:2006:370).

37. Het ingeroepen merk en het meest dominante bestanddeel van het betwiste merk bevatten dus beide het element POUL. Ondanks de verschillende positie en de verschillende stilering van de letters is dit element visueel en auditief identiek. Door in ieder geval een deel van het in aanmerking komend publiek zal dit element worden opgevat als verwijzing naar het Frans voor "kip" en dus als begripsmatig overeenstemmend. Ten slotte zal de verwijzing naar een poelier in het betwiste merk ertoe bijdragen dat ook dit merk in verband wordt gebracht met kippen. Immers, ook in het Nederlands is "poelier" de gangbare aanduiding voor een handelaar in kippen.

Conclusie

38. De merken zijn visueel, auditief en begripsmatig in zekere mate overeenstemmend.

A.2 Globale beoordeling

39. 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.

40. 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.

41. 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). In het voorliggend geval gaat het om courante consumptiegoederen, ten aanzien waarvan het gemiddeld aandachtsniveau van het in aanmerking komend publiek normaal mag worden geacht.

42. 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).

43. 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). Volgens verweerder hebben zowel de woord- als de beeldelementen van de ingeroepen rechten betrekking op de herkomst van de waren en zijn deze daarom niet onderscheidend (zie punt 15). Het Bureau is evenwel van oordeel dat het besproken ingeroepen merk weliswaar kan verwijzen naar de betrokken waren, maar niet beschrijvend is daarvoor.

44. Verder zij in dit verband opgemerkt dat het onderscheidend vermogen van het ingeroepen merk niet het enige element is 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 de overeenstemming van de merken en van de waren en diensten (HvJEU C-43/15 P, compressor technology, 8 november 2016, ECLI:EU:C:2016:837).

45. Het Bureau is van oordeel dat de merken in hun visuele, auditieve en begripsmatige totaalindruk in zekere mate overeenstemmen. Partijen zijn het erover eens dat de betrokken waren dezelfde dan wel overeenstemmend zijn. Op grond van dit alles en alle relevante factoren in hun onderlinge context in overweging nemend, komt het Bureau tot de conclusie dat het in aanmerking komend publiek kan menen dat de waren afkomstig zijn van dezelfde of van een economisch verbonden onderneming en dat er dus sprake is van gevaar voor verwarring.

B. Conclusie

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

47. Aangezien het verwarringsgevaar reeds is vastgesteld ten aanzien van het eerste ingeroepen merk, hoeft het niet meer te worden onderzocht ten aanzien van het tweede.

IV. BESLUIT

48. De oppositie met nummer 2015007 wordt toegewezen.
49. Benelux aanvraag 1389754 wordt niet ingeschreven.
50. De verweerder 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, 10 maart 2022



Willy Neys
(*rapporteur*)

Saskia Smits

Pieter Veeze

Administratieve behandelaar:

Raphaëlle Gérard