

**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**  
**BESLISSING inzake OPPOSITIE**  
**N° 2015218**  
**van 18 januari 2021**

**Opposant:** **Features Analytics SA**  
2 rue de Charleroi  
1400 Nivelles  
België

**Gemachtigde:** **24 IP Law Group France**  
rue Saint-Honoré 48 - 5ème étage  
75001 Paris  
Frankrijk

**Ingeroepen merk 1:** **Internationale inschrijving 1332460**  
EYEDES

**Ingeroepen merk 2:** **Benelux inschrijving 907084**  
EYEDES

*tegen*

**Verweerder:** **Smart2IT B.V.**  
Diamantstraat 3  
7554 TA Hengelo  
Nederland

**Betwiste merk:** **Benelux aanvraag 1392591**  
eyeQ

## **I. FEITEN EN PROCEDURE**

### **A. Feiten**

1. Op 22 maart 2019 heeft verweerder een Benelux aanvraag verricht van het woordmerk eyeQ voor waren en diensten in de klassen 9, 41 en 42. Deze aanvraag is onder nummer 1392591 in behandeling genomen en gepubliceerd op 29 maart 2019.
2. Op 28 mei 2019 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze aanvraag. De oppositie is gebaseerd op de volgende oudere merken:
  - Internationale inschrijving 1332460 met geldigheid in de Europese Unie van het woordmerk EYEDES, ingediend en ingeschreven op 24 november 2016 voor waren en diensten in de klassen 9, 42 en 45;
  - Benelux inschrijving 907084 van het woordmerk EYEDES, ingediend op 19 september 2011 en ingeschreven op 12 december 2011 voor waren en diensten in de klassen 9, 35, 36, 38, 42 en 45.
3. Volgens de registers is de opposant daadwerkelijk de houder van de ingeroepen merken.
4. De oppositie was aanvankelijk ingesteld tegen alle waren en diensten van de betwiste aanvraag, maar in zijn argumenten beperkt opposant deze tot de waren en diensten in de klassen 9 en 42. De oppositie is gebaseerd op alle waren en diensten van de ingeroepen merken.
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 4 juni 2019. In de loop van de administratieve fase van de procedure hebben beide partijen argumenten ingediend en heeft opposant op verzoek van verweerder 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 8 april 2020.

## **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 2.2ter, 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. Opposant stelt vast dat het eerste deel van de merken, "eye", identiek is. Het tweede element, respectievelijk DES en Q, is verschillend, maar de vorm van de letter Q lijkt op deze van de letter D. Daarnaast blijkt uit onderzoek dat de consument meer aandacht besteedt aan het begin van een woord. Bijgevolg zal de consument de merken moeilijk uit elkaar kunnen houden zonder zorgvuldige observatie, aldus opposant.

10. Ook auditief is het eerste deel van de merken identiek. Het element DES in de ingeroepen merken zal volgens opposant zowel in het Engels als in het Frans slechts zwak worden uitgesproken. Het element Q in het betwiste merk kan worden uitgesproken als [k] of [kw]. In ieder geval is er volgens opposant ook op dit vlak voldoende mate van overeenstemming en zal de consument de merken niet steeds weten te onderscheiden.

11. Volgens opposant zijn de waren en diensten van het betwiste merk begrepen in de waren en diensten van de ingeroepen merken.

12. Opposant concludeert dat er sprake is van gevaar voor verwarring en verzoekt daarom het betwiste merk niet in te schrijven voor de waren en diensten waartegen de oppositie is gericht.

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

## **B. Reactie verweerder**

14. Verweerder heeft in eerste instantie bewijzen van gebruik gevraagd van de ingeroepen merken.

15. Ten aanzien van de door opposant ingediende gebruiksbewijzen merkt verweerder op dat deze ontoereikend zijn. Opposant heeft niet aangetoond dat de merken frequent worden gebruikt, er is slechts sprake van één projectvoorstel, facturen, prospect- en omzetgegevens ontbreken volledig, waaruit verweerder concludeert dat er sinds de inschrijving van de merken geen omzet is gerealiseerd en er geen sprake is van een reële commerciële exploitatie. Uit het geleverde bewijsmateriaal blijkt volgens verweerder dat de merken slechts symbolisch worden ingezet en er geen sprake is van normaal gebruik van voldoende omvang. Bovendien is in de stukken sprake van andere benamingen, namelijk eDES, eyeDES LAB, eyeDES SEP en eyeDES Streamlined Machine Learning.

16. Volgens verweerder is het bestanddeel "eye" in het normaal spraakgebruik een veel gebruikt Engels woord dat op zichzelf geen onderscheidingskracht bezit en derhalve een ondergeschikt onderdeel van de merken vormt. De aandacht wordt getrokken door de dominante, onderscheidende tekens "DES", respectievelijk "Q", tussen welke geen enkele begripsmatige overeenkomst bestaat.

17. Sinds 2011 zijn in de Benelux en de Europese Unie 684 merken aangevraagd in de klassen 9 of 42 die het bestanddeel "eye" bevatten, hetgeen mede de stelling onderbouwt dat dit element als ondergeschikt bestanddeel van de door het merk opgeroepen totaalindruk moet worden beschouwd, aldus verweerder.

18. Verweerder licht toe dat het betwiste merk eyeQ is gebaseerd op de Engelstalige afkorting voor *Intelligence Quotient*, "IQ" en ook als zodanig wordt uitgesproken. Gelet op de waren en diensten, namelijk educatie en opleiding, zal het publiek het merk ook associëren met IQ, een beleving die geheel ontbreekt bij de betekenisloze ingeroepen merken.

19. Visueel verschillen de merken in lengte en zijn de dominante elementen, respectievelijk DES en Q geheel verschillend, waarbij nog zij aangestipt dat de Q een bijzondere, weinig gebruikte letter is, die ook vanwege haar stilistische eigenschappen extra de aandacht trekt en zich sterk onderscheidt van de letter d. De merken zijn door het gebruik van de generieke term "eye" weliswaar in enige mate overeenstemmend, maar die overeenstemming is uitsluitend gelegen in het ondergeschikte bestanddeel.

20. Bovendien, zo meent verweerder, zijn de bij de woordmerken behorende visuele representaties



en eenvoudig van elkaar te onderscheiden. Er bestaat geen enkele

overeenstemming in kleurgebruik, typografie, lettertype, karakter en toegevoegde stilistische kenmerken, aldus nog verweerder.

21. Op auditief vlak wordt het betwiste merk uitgesproken als [aɪ 'kju:] met een merkbare pauze tussen de lettergrepen. De ingeroepen merken worden uitgesproken als één woord [aɪdez]. De uitspraak van de dominante elementen DES en Q is volgens verweerder dus geheel verschillend, waardoor de auditieve totaalindruk van de merken ruim voldoende te onderscheiden is.

22. Verweerder merkt op dat uit de Nice classificatie niet kan worden afgeleid dat de waren en diensten overeenstemmen. Hoewel zij in beide gevallen gekwalificeerd worden als software, IT-diensten en technologische diensten, zijn de toepassingsgebieden verschillend, waardoor verwarringsgevaar uiterst onwaarschijnlijk is.

23. Verweerder wijst erop dat de betrokken waren en diensten van zowel de ingeroepen merken als het betwiste merk niet worden geleverd aan consumenten, maar uitsluitend aan professionele, goed geïnformeerde doelgroepen op de zakelijke markt. Het gaat om kostbare, gespecialiseerde waren en diensten die weloverwogen worden aangeschaft en waarvoor dus sprake is van een verhoogd aandachtsniveau, resulterend in een verlaagde kans op verwarring.

24. Op grond van het bovenstaande verzoekt verweerder het Bureau de oppositie af te wijzen, het betwiste merk in zijn geheel in te schrijven en opposant te verwijzen in de kosten.

### **III. BESLISSING**

#### **A.1 Verwarringsgevaar**

25. 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.

26. 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."*

27. 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**

28. 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).

29. 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).

30. De te vergelijken merken zijn de volgende:

*Met betrekking tot het eerste (nog niet gebruikspflichtige) ingeroepen merk (internationale inschrijving 1332460 met geldigheid in de Europese Unie):*

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
EYEDES	eyeQ

#### *Visuele vergelijking*

31. Beide merken zijn zuivere woordmerken, bestaande uit één woord van respectievelijk zes en vier letters, dus van ongeveer dezelfde lengte. 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 twee woordmerken (zie in die zin ook GEU, babilu, T-66/11, 31 januari 2013, ECLI:EU:T:2013:48).

32. In het algemeen zal de consument 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 drie letters van de merken gelijk; dit is de helft van het ingeroepen merk en het betwiste merk op één letter na. De overige letters, respectievelijk DES en Q zijn verschillend.

33. De merken zijn visueel in zekere mate overeenstemmend.

#### *Auditieve vergelijking*

34. Het ingeroepen merk telt twee lettergrepen en zal worden uitgesproken als [ai-des]. Anders dan opposant, is het Bureau van oordeel dat de letter Q aan het einde van het betwiste merk niet zal worden uitgesproken zoals ze doorgaans wordt uitgesproken aan het begin van een woord ([k] of [kw], zie punt 10), maar als afzonderlijke letter, zodat het merk wordt uitgesproken als [ai-kju].

35. Ook op auditief vlak zal de consument doorgaans meer aandacht besteden aan het eerste deel van een merk (arrest Mundicor, reeds aangehaald). In casu wordt de eerste lettergreep van de merken hetzelfde uitgesproken, de tweede lettergreep verschillend.

36. De merken zijn auditief in zekere mate overeenstemmend.

#### *Begripsmatige vergelijking*

37. In hun geheel genomen hebben de merken geen vaststaande betekenis, maar zij hebben wel het element *eye* gemeenschappelijk, Engels voor "oog". Verweerder legt uit dat het betwiste merk eigenlijk

een verwijzing is naar IQ, *Intelligence Quotient* (zie punt 18). Het Bureau acht het echter niet aannemelijk dat het in aanmerking komend publiek er terstond deze betekenis in zal herkennen.

38. Voor het deel van het in aanmerking komend publiek dat in beide merken de betekenis van het gemeenschappelijk element "eye" herkent, stemmen de merken begripsmatig in zekere mate overeen. Voor het overige deel van het publiek is een begripsmatige vergelijking niet relevant.

#### *Conclusie*

39. De merken zijn visueel, auditief en begripsmatig in zekere mate overeenstemmend, wat dit laatste betreft althans voor een deel van het publiek; voor het andere deel van het publiek is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde.

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

40. Bij de beoordeling van de overeenstemming van de betrokken 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).

41. Bij de vergelijking van de waren en diensten van het ingeroepen merk en deze waartegen de oppositie is gericht, worden de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals vermeld in de aanvraag.

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

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
Class 9 Scientific, nautical, surveying, photographic, cinematographic, optical, weighing, measuring, signalling, checking (supervision), life-saving and teaching apparatus and instruments; apparatus and instruments for conducting, distributing, transforming, accumulating, regulating or controlling electricity; apparatus for recording, transmission or reproduction of sound or images; magnetic data carriers, recording discs; sales machines and mechanisms for apparatus with prepayment; cash registers, calculating machines, data-processing apparatus and computers; telecommunications hardware and software.  <i>Wetenschappelijke, zeevaarkundige, landmeetkundige, fotografische, cinematografische, optische, weeg-, meet-, sein-, controle- (inspectie-), hulpverlenings- (reddings-) en onderwijsstoestellen en -instrumenten; apparaten en instrumenten voor de geleiding, de distributie, de omzetting, de opslag, het regelen</i>	Klasse 9 Software.

<p><i>of het beheersen van elektriciteit; apparaten voor het opnemen, het overbrengen en het weergeven van geluid of beeld; magnetische gegevensdragers, schijfvormige geluidsdragers; verkoopautomaten en mechanismen voor apparaten met vooruitbetaling; kasregisters, rekenmachines, gegevensverwerkende apparatuur en computers; telecommunicatiehardware en -software.</i></p>	
<p>Class 42 Scientific and technological services as well as research and design services relating thereto; industrial analysis and research services; design and development of computers and of software; design and development of fraud-detection software and hardware; advice in connection with the aforementioned services. <i>Wetenschappelijke en technologische diensten alsmede onderzoek en ontwerp op dit gebied; industriële analyse en onderzoek; ontwerpen en ontwikkelen van computers en van software; ontwerpen en ontwikkelen van software en hardware voor het opsporen van fraude; advisering met betrekking tot voornoemde diensten.</i></p>	Klasse 42 IT-diensten.
<p>Class 45 Legal services; security services for the protection of property and individuals. <i>Juridische diensten; veiligheidsdiensten voor de bescherming van goederen en personen.</i></p>	
<p><i>NB: De oorspronkelijke taal van de waren- en dienstenlijst van deze inschrijving is niet het Nederlands. De Nederlandse vertaling is uitsluitend ten behoeve van de leesbaarheid van deze beslissing toegevoegd.</i></p>	

#### Klasse 9

43. De waar *software* van het betwiste merk omvat de waar *telecommunicatiesoftware* van het ingeroepen merk en is derhalve gelijk daaraan. Immers, wanneer de waren waarvoor het oudere merk is ingeschreven onderdeel uitmaken van een meer algemene categorie waarop de merkaanvraag betrekking heeft, kunnen deze waren als dezelfde worden beschouwd (GEU, *Metabiomax*, T-281/13, 11 juni 2014, ECLI:EU:T:2014:440).

#### Klasse 42

44. De *IT-diensten* van het betwiste merk vallen onder de *technologische diensten* van het ingeroepen merk en zijn dus dezelfde. Immers, wanneer de door het oudere merk aangeduide diensten de in de

merkaanvraag opgegeven diensten omvatten, worden deze diensten 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). Daarnaast omvatten de *IT-diensten* van het betwiste merk de diensten *ontwerpen en ontwikkelen van computers en van software* en *ontwerpen en ontwikkelen van software en hardware voor het opsporen van fraude* van het ingeroepen merk en zijn ze dus eveneens gelijk daaraan.

### *Conclusie*

45. De waren en diensten waartegen de oppositie is gericht, zijn gelijk aan de waren en diensten van het ingeroepen merk.

## **A.2 Globale beoordeling**

46. 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.

47. 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 waren en diensten die bestemd kunnen zijn voor zowel het gewone als voor het terzake professionele publiek, zodat moet worden uitgegaan van het laagste aandachtsniveau en het gemiddeld aandachtsniveau dus normaal moet worden geacht.

48. 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 en diensten beschrijft.

49. Volgens verweerder is het bestanddeel *eye* in het normaal spraakgebruik een veel gebruikt Engels woord dat op zichzelf geen onderscheidingskracht bezit en derhalve een ondergeschikt onderdeel van de merken vormt (zie punt 16). Het Bureau wijst er evenwel op dat het criterium voor onderscheidend vermogen niet is of het al dan niet om een bestaand woord gaat, maar of dit woord al dan niet bepaalde kenmerken van de betrokken waren of diensten kan beschrijven. Dit laatste is in casu niet het geval.

50. 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 overeenstemming 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).

51. De merken zijn visueel en auditief in zekere mate overeenstemmend. Begripsmatig zijn zij voor een deel van het publiek in zekere mate overeenstemmend en voor het overige deel is een begripsmatige vergelijking niet relevant. De waren en diensten waartegen de oppositie is gericht zijn dezelfde als deze waarop de oppositie is gebaseerd. Op basis van deze factoren, en gelet op hun onderlinge samenhang, is het Bureau van oordeel dat het publiek kan menen dat de waren en diensten afkomstig zijn van dezelfde of van een economisch verbonden onderneming, waardoor er sprake is van gevaar voor verwarring.



**B. Overige factoren**

52. Voor wat betreft het argument van verweerder dat het woord *eye* een zeer gering onderscheidend vermogen heeft, aangezien het in tal van merken voorkomt (zie punt 17), wijst het Bureau erop dat het weliswaar niet volledig uitgesloten is dat in bepaalde gevallen de co-existentie van oudere merken op de markt het vastgestelde gevaar voor verwarring van twee conflicterende merken vermindert. Hiermee kan echter slechts rekening worden gehouden indien de verweerder ten minste in de loop van de procedure genoegzaam heeft aangetoond dat deze co-existentie erop berust dat bij het relevante publiek geen sprake is van gevaar voor verwarring van de oudere merken waarop de verweerder zich beroept en het oudere merk van de opposant waarop de oppositie is gebaseerd, en onder het voorbehoud dat de betrokken oudere merken en de conflicterende merken identiek zijn (zie in die zin GEU, Top iX, T-57/06, 7 november 2007, ECLI:EU:T:2007:333; LIFE BLOG, T-460/07, 20 januari 2010, ECLI:EU:T:2010:18). In casu is niet aan deze voorwaarden voldaan.

53. Verweerder betreft ook twee gecombineerde woord-/beeldmerken in de vergelijking (zie punt 20). Het Bureau wijst er evenwel op dat het in casu gaat om zuivere woordmerken, zoals hierboven weergegeven.

54. Met het feitelijke gebruik van de betrokken merken, namelijk voor verschillende toepassingsgebieden en uitsluitend op de professionele zakelijke markt (zie punten 22 en 23) kan in het kader van een oppositieprocedure geen rekening worden gehouden, aangezien de vergelijking van de waren en diensten 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**

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

56. 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 en kunnen ook de bewijzen van gebruik met betrekking tot dit laatste onbesproken blijven.

**IV. BESLUIT**

57. De oppositie met nummer 2015218 wordt toegewezen.

58. Benelux aanvraag 1392591 wordt niet ingeschreven voor de volgende waren en diensten:

Klasse 9 Software.

Klasse 42 IT-diensten.

59. Benelux aanvraag 1392591 wordt wel ingeschreven voor de volgende diensten, aangezien de oppositie daar niet tegen was gericht:

Klasse 41 Educatie.

60. 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, 18 januari 2021

Willy Neys  
(rapporteur)

Saskia Smits

Tineke Van Hoey



Administratieve behandelaar:

Jeanette Scheerhoorn