

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2015474
van 21 mei 2021

Opposant: **Plukon Food Group B.V.**
Industrieweg 36
8091 AZ Wezep
Nederland

Gemachtigde: **Novagraaf Nederland B.V.**
Hoogoorddreef 5
1101 BA Amsterdam
Nederland

Ingeroepen merk: **Unimerk 16787129**
FRIKI

tegen

Verweerder: **L.L.Chr. Lommers Beheer B.V.**
Dennenlaan 2
5342 HX Oss
Nederland

Gemachtigde: **Deponeerjemark.nl**
Savannahweg 17
3542 AW Utrecht
Nederland

Betwiste merk: **Benelux aanvraag 1398554**



I. FEITEN EN PROCEDURE**A. Feiten**

1. Op 4 juli 2019 heeft verweerder een Benelux aanvraag verricht van het gecombineerde woord-



/beeldmerk voor waren in de klassen 29 en 30. Deze aanvraag is onder nummer 1398554 in behandeling genomen en gepubliceerd op 15 juli 2017.

2. Op 30 augustus 2019 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze aanvraag. De oppositie is gebaseerd op Uniemerken 16787129 van het woordmerk FRIKI, ingediend op 31 mei 2017 en ingeschreven op 17 november 2019 voor waren in de klassen 29 en 30.

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 2 september 2019. In de loop van de administratieve fase van de procedure hebben beide partijen argumenten ingediend en werd de procedure op verzoek van partijen opgeschort. 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 6 juli 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. Volgens opposant wordt de perceptie van het betwiste merk in grote mate bepaald door het woorelement. Nu de eerste vier letters van het ingeroepen merk identiek terugkomen in dit woord, meent opposant dat de merken visueel zeer overeenstemmend zijn.

10. Auditief is het enige verschil gelegen in de laatste letter I van het ingeroepen merk, maar dit zal volgens opposant nauwelijks worden opgemerkt, te meer omdat de gemiddelde consument moet afgaan op de imperfecte herinnering die hij heeft van het merk. Opposant vindt de merken fonetisch in hoge mate overeenstemmend.

11. Volgens opposant heeft geen van beide merken een vaststaande betekenis.

12. De waren van het betwiste merk zijn volgens opposant identiek aan dan wel in hoge mate overeenstemmend met de waren van het ingeroepen merk.

13. Het ingeroepen merk heeft geen enkele relatie met de aard of eigenschappen van de betreffende waren, waaruit opposant concludeert dat dit merk van zichzelf een groot onderscheidend vermogen heeft voor deze waren.

14. Op grond van het bovenstaande concludeert opposant dat er gevaar voor verwarring bestaat en daarom verzoekt hij het Bureau de inschrijving van het betwiste merk te weigeren.

B. Reactie verweerder

15. Volgens verweerder springen de visuele elementen in het betwiste merk duidelijk in het oog. Verder wijst hij erop dat het om zeer korte merken gaat, zodat verschillen sneller worden opgemerkt. Hij meent dan ook dat de merken in visueel opzicht niet overeenstemmen.

16. Op auditief vlak zal bij het ingeroepen merk de nadruk worden gelegd op de twee I's, hetgeen een totaal andere klankvorm oplevert dan het betwiste merk, aldus verweerder. Hij meent dan ook dat de merken in dit opzicht niet overeenstemmen.

17. Het woord FRIK in het betwiste merk zal volgens verweerder door het relevante publiek worden opgevat als een verwijzing naar gehakt in het Westfries. "Frik" is in dat verband afgeleid van "frikadel". De consument zal het merk dan ook meteen begrijpen als een afkorting van "frikadel", hetzij een vleessnack, temeer daar op de achtergrond een vierkante burger is afgebeeld. Tevens zou FRIK door een aanmerkelijk deel van het publiek ook kunnen worden opgevat als een betweter of iemand met schoolmeesterachtige neigingen. Kortom, het heeft overduidelijk een betekenis in de Nederlandse taal, waartoe het Westfries als dialect tevens behoort. Het woord "Friki" in het ingeroepen merk heeft daarentegen geen betekenis voor het relevante publiek, zodat verweerder concludeert dat de merken op begripsmatig vlak niet overeenstemmen.

18. Mocht het Bureau overigens van oordeel zijn dat er sprake is van een eventuele (geringe) visuele en fonetische overeenstemming, dan wordt die volgens verweerder geneutraliseerd door de semantische verschillen.

19. Aangezien de merken in hun totaalindruk niet overeenstemmen, kan volgens verweerder een vergelijking van de waren achterwege worden gelaten. Maar ook als de waren worden vergeleken, kan worden geconstateerd dat ze grotendeels niet overeenstemmen. Uit opposants website blijkt namelijk dat zijn waren uitsluitend zijn vervaardigd op basis van pluimvee. Daarnaast verschillen de afzetkanalen: opposant levert zijn producten primair aan supermarkten (consumenten), terwijl verweerder zijn producten aan snackbars levert.

20. Aangezien verweerder zijn waren aanbiedt aan een specialistisch kanaal, namelijk snackbars, is er volgens hem sprake van een verhoogd aandachtsniveau bij het in aanmerking komend publiek.

21. Op grond van het voorgaande verzoekt verweerder het Bureau primair de oppositie in haar geheel af te wijzen, dan wel subsidiair het betwiste merk alsnog in te schrijven voor in ieder geval een deel van de waren in de klassen 29 en 30.

III. BESLISSING

A.1 Verwarringsgevaar

22. 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.

23. 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."*

24. 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

25. 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).

26. 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).

27. 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).

28. De te vergelijken merken zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
FRIKI	

Visuele vergelijking

29. Het ingeroepen merk is een zuiver woordmerk, bestaande uit een woord van vijf letters. Het betwiste merk is een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit het woord "Frik" in rode, gestileerde letters met een gele omranding en geplaatst op een bruine achtergrond, volgens verweerder een vierkante vleesburger. Dit laatste kan echter niet met stelligheid worden opgemaakt uit de afbeelding; het kan net zo goed een koekje zijn of gewoon een geometrische figuur, namelijk een ruit op haar punt.

30. Bij samengestelde merken (woord- en beeldelement) heeft het wordelement vaak een grotere impact op de consument dan het beeldelement. Reden hiervoor is dat het publiek de merken niet steeds analyseert en vaak naar het merk verwijst door gebruik te maken van het wordelement (zie in die zin ook GEU, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juli 2005, ECLI:EU:T:2005:289). In het voorliggende geval zal de gestileerde en kleurrijke opmaak van het betwiste merk niet aan de aandacht ontsnappen (zie in die zin Gerechtshof 's-Gravenhage, MOOVE-4MOVE, 200.105.827/0, 11 september 2012, ECLI:NL:GHSGR:2012:BX8916), maar dat neemt niet weg dat het wordelement duidelijk en centraal waarneembaar is als belangrijk bestanddeel van het merk.

31. Van dit woord komen alle letters in precies dezelfde volgorde voor in het ingeroepen merk. Aan dit laatste is nog een letter I toegevoegd, maar dit enige verschilpunt is onvoldoende om de merken een verschillende totaalindruk te bezorgen. In dit verband zij nog opgemerkt dat de consument in het algemeen meer belang hecht aan het begin van een merk (zie in die zin GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004, ECLI:EU:T:2004:79).

32. De merken zijn visueel overeenstemmend.

Auditieve vergelijking

33. Wat de vergelijking op auditief vlak betreft, dient eraan te worden herinnerd dat – strikt genomen – de fonetische weergave van een samengesteld teken overeenkomt met die van de woordbestanddelen ervan, ongeacht de grafische kenmerken van deze bestanddelen, die veeleer aan de orde komen in het kader van het onderzoek van het visuele aspect van het teken (zie GEU, PC WORKS, T-352/02, 25 mei 2005, ECLI:EU:T:2005:176 en Thai Silk, T-361/08, 21 april 2010, ECLI:EU:T:2010:152).

34. Het ingeroepen merk telt twee lettergrepen, het betwiste merk één. De eerste lettergreep is fonetisch identiek en van de tweede lettergreep van het ingeroepen merk komt ook nog de K-klank voor in het betwiste merk. Het enige verschilpunt is dus gelegen in de tweede I-klank van het ingeroepen merk.

35. De merken zijn auditief overeenstemmend.

Begripsmatige vergelijking

36. Het Bureau is van oordeel dat de betekenissen die verweerder toekent aan het betwiste merk niet voor de hand liggen, temeer daar de kennis van het Westfries niet wijd verspreid is in de Benelux. De betekenis van "kleingeestige schoolmeester" staat wel in het Groot woordenboek van de Nederlandse taal van Van Dale, maar in die betekenis behoort het woord niet tot het courante taalgebruik en het is dus twijfelachtig of het door het in aanmerking komend publiek aanstonds in die zin zal worden opgevat.

37. Het Bureau gaat dus veeleer mee met opposant in diens visie dat geen van beide merken een vaststaande betekenis heeft (zie punt 11) en dat een begripsmatige vergelijking dus niet van toepassing is.

Conclusie

38. De merken zijn visueel en auditief overeenstemmend en een begripsmatige vergelijking is niet aan de orde.

Vergelijking van de waren

39. 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 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).

40. Bij de vergelijking van de waren van het ingeroepen merk en de waren van het betwiste merk worden de waren in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals vermeld in de aanvraag.

41. De te vergelijken waren zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
Klasse 29 Vlees, vis, gevogelte en wild; vleesextracten; geconserveerde, bevroren, gedroogde en gekookte vruchten en groenten; geleien, jams, compote; eieren, melk en melkproducten; eetbare oliën en vetten; aardappelproducten voor zover in deze klasse inbegrepen; bewerkte zaden en pitten; bonen, geconserveerd; boter; boterroom; bouillon; bouillonpreparaten; cocoaoter; compotes en confituren; eetbare geleien; fruitsalades; gebakken aardappelschijfjes; geconcentreerde bouillonpreparaten; geconfijte vruchten; gelatine; groentemousse; groentesappen voor gebruik tijdens het koken; groentesalades; groentesoepen; ham; houmous [kikkererwtenpasta]; ingezouten voedingsmiddelen; kaas; kaasproducten voor zover in deze klassen inbegrepen; kokosboter; kokosnoten, gedroogd; kokosolie; kokosvet; kroketten; lever; leverpastei; chips; maïsolie; margarine; marmelades; melkdranken, waarin melk het hoofdbestanddeel is; olijfolie voor voedingsdoeleinden; olijven, geconserveerd; palmolie [voor voedingsdoeleinden]; pickles; pindakaas; pinda's, bewerkt; schaaldieren, niet levend; schelpdieren, niet levend; sesamolie; slagroom; zure room; soepen; soeppreparaten; sojabonen, geconserveerd, voor	Klasse 29 Vlees, vis, gevogelte en wild; vleesextracten; geconserveerde, bevroren, gedroogde en gekookte vruchten en groenten; snacks en snackproducten, ook diepgevroren, voor zover niet begrepen in andere klassen; diepvriesproducten (levensmiddelen), voor zover niet begrepen in andere klassen; bereide maaltijden, diepvries maaltijden en kant-en-klarmaaltijden, voor zover niet begrepen in andere klassen; kroketten; frikadellen; worsten; braadworsten; hamburgers; gehaktballen; aardappelproducten voor zover niet begrepen in andere klassen; frites.

<p>voedingsdoeleinden; sojamelk [melkvervanger]; spek; tahoe; tomatenpuree; tomatensap voor gebruik tijdens het koken; versnaperingen op basis van fruit; vethoudende mengsels voor de boterham; vetstoffen voor de vervaardiging van eetbare vetten; visconserven; visfilets; visgerechten; vis, ingezouten; vismousse; vleesbeleg; vleesconserven; vlees, geconserveerd; vleesgeleien; vruchtengeleien; vruchtenpulp; vruchtenschillen; wild, niet levend; worst; worsten; worstjes, gepaneerd; yoghurt; zeewier, geroosterd; zonnebloemolie voor voedingsdoeleinden; zuurkool; kip; kipproducten; ingevroren kip; patat; snacks; kant -en klaar maaltijden voor zover in deze klasse begrepen; stoommaaltijden voor zover in deze klasse begrepen; salades.</p>	
<p>Klasse 30 Koffie, thee, cacao, koffiesurrogaten; rijst, tapioca, sago; meel en graanpreparaten, brood, banketbakkers- en suikerbakkerswaren, consumptie-ijs; suiker; honing, melassestroop; gist, rijsmiddelen; zout, mosterd; azijn, kruidensausen; specerijen; ijs; aardappelmeel voor voedingsdoeleinden; amandelspijs; aromaten; aromatische preparaten voor voedingsdoeleinden; azijn; bakpoeder; belegde broodjes; beschuit; bewerkte gluten voor voedingsdoeleinden; koekjes; brood; broodjes; cacao dranken met melk; cakegebak; cheeseburgers; chocolade; chocoladedranken met melk; chocolademousse; chutney [gekruide saus]; cichorei [koffiesurrogaat]; couscous; crackers; custard; deeg; deeg voor taarten; deegwaren; desserts op basis van mousse [banketbakkerswaren]; dranken op basis van cacao; dranken op basis van chocolade; dranken op basis van koffie; dranken op basis van thee; essences voor voedingsdoeleinden [uitgezonderd etherische oliën]; fondant [suikerwerk]; gebakpoeder; gerechten op basis van meel; glucose voor gebruik tijdens het koken; graanrepen met verhoogd eiwitgehalte; haveremout; kauwgom; kerrie [kruiden]; ketchup [saus]; keukenzout; koelijs; koffie-aromaten; koffiedrank met melk; kruidenaftreksels, niet voor geneeskundig gebruik; kruidenmengsels; kruidensausen; kruiden [specerijen]; kruiderijen; kruidkoek; kruidnagels; loempia's; maaltijden op basis van noedels; macaroni; maïsmeel; maïspap, op water- of melkbasis [hominy]; maïsvlokken [cornflakes]; marinades; marsepein; mayonaise; meelbloem; meelproducten; melasse; mosterdmeel; moutbiscuits; moutextracten voor voedingsdoeleinden; mout voor menselijke consumptie; muesli; muskaatnoten [kruiden]; natuurlijke zoetstoffen; noedels; ongebrande koffie; ongezuurd brood; palmsuiker; paneermeel; pannenkoeken; pap op basis van melk; pasta; pastasaus; pasteien [gebak]; pasteien [hartige taarten]; pastilles [suikerwerk]; peper; pepermuntsnoepjes; pepermunt voor suikerwerk; pesto; petit-fours [gebak]; piment [kruiden]; pizza's; plantaardige preparaten als vervangingsmiddel van koffie; poeders voor consumptie- ijs; pralines; producten voor het mals maken van vlees, voor huishoudelijk gebruik; producten voor het stabiliseren van slagroom; pudding; quiches; ravioli; rijst; rijstcake; roomijs; saffraan [kruiden]; sago; selderijzout; slasausen; snoepgoed; sojaboonpasta [kruiden]; sojameel;</p>	<p>Klasse 30 Meel en graanpreparaten, brood, banketbakkers- en suikerbakkerswaren; sausen, waaronder chilisausen en kruidensausen; snacks en snackproducten, ook diepgevroren, voor zover niet begrepen in andere klassen; diepvriesproducten (levensmiddelen), voor zover niet begrepen in andere klassen; bereide maaltijden, diepvries maaltijden en kant-en- klaar maaltijden, voor zover niet begrepen in andere klassen; snacks bestaande uit een broodje met vleesbeleg, groenten en saus.</p>

sojasaus; sorbets [consumptie-ijs]; spaghetti; steranijs; suikerglazuur voor de bereiding van ham; suikerglazuur voor taarten; suikergoed; suikergoed voor de versiering van kerstbomen; suikerwerk op basis van amandelen; suikerwerk op basis van pinda's; sushi; taarten; taboulé; taco's; tapioca; tapiocameel voor voedingsdoeleinden; tarwekiemen voor menselijke consumptie; thee; tomatensaus; tortilla's; tuinkruiden, geconserveerd; vanille [aroma]; vanilline [vanillesurrogaat]; verdikkingsmiddelen voor het koken van voedingsmiddelen; vermicelli; versnaperingen op basis van granen; versnaperingen op basis van rijst; vlaaien; vleespasteitjes; vleessausen; voedingsmiddelen op basis van haver; vruchtenpasta [suikerbakkerswaren]; vruchtensausen; wafels; yoghurtijs; zetmeel voor voedingsdoeleinden; zout voor het conserveren van voedingsmiddelen; zuurdesem [gist]; kant en klaarmaaltijden voor zover in de klasse begrepen; magnetronmaaltijden voor zover in de klasse begrepen; stoommaaltijden voor zover in deze klasse begrepen; piccalilli; sandwiches; belegde broodjes.	
--	--

Klasse 29

42. De waren *vlees, vis, gevogelte en wild, vleesextracten, geconserveerde, bevroren, gedroogde en gekookte vruchten en groenten, snacks, kant-en-klaarmaaltijden, kroketten, worsten en aardappelproducten* komen *expressis verbis* voor in beide lijsten en zijn dus identiek.

43. De waren *bereide maaltijden en diepvries maaltijden* van het betwiste merk zijn identiek aan de waren *kant-en-klaarmaaltijden* van het ingeroepen merk.

44. De waren *frites* van het betwiste merk zijn identiek aan de waren *patat* van het ingeroepen merk.

45. De waren *snackproducten, ook diepgevroren, voor zover niet begrepen in andere klassen, frikadellen, braadworsten, hamburgers en gehaktballen* van het betwiste merk vallen onder de meer algemene aanduiding *snacks* van het ingeroepen merk en zijn dus identiek 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).

46. De waren *diepvriesproducten (levensmiddelen), voor zover niet begrepen in andere klassen* van het betwiste merk kunnen diverse voedingsmiddelen van het ingeroepen merk omvatten en zijn derhalve identiek daaraan. Immers, wanneer de in de merkaanvraag aangeduide diensten de door het oudere merk opgegeven diensten omvatten, worden deze als dezelfde beschouwd (GEU, Metabiomax, T-281/13, 11 juni 2014, ECLI:EU:T:2014:440).

Klasse 30

47. De waren *meel en graanpreparaten, brood, banketbakkers- en suikerbakkerswaren kruidensausen en kant-en-klaarmaaltijden* komen *expressis verbis* voor in beide lijsten en zijn dus identiek.

48. De waren *bereide maaltijden* en *diepvries maaltijden* van het betwiste merk zijn identiek aan de waren *kant-en-klarmaaltijden* van het ingeroepen merk.

49. De waren *snacks bestaande uit een broodje met vleesbeleg, groenten en saus* van het betwiste merk zijn identiek aan de waren *belegde broodjes* van het ingeroepen merk.

50. De waren *sausen, waaronder chilisausen* van het betwiste merk omvatten de diverse sausen van het ingeroepen merk en zijn dus identiek daaraan.

51. De waren *snacks en snackproducten, ook diepgevroren, voor zover niet begrepen in andere klassen* van het betwiste merk zijn identiek aan de waren *snacks* in klasse 29 van het ingeroepen merk. Blijkens de verschillende klasse-indeling zal de samenstelling wellicht anders zijn, maar dat verandert niets aan hun wezenlijke aard en de overeenstemming.

52. De waren *diepvriesproducten (levensmiddelen), voor zover niet begrepen in andere klassen* van het betwiste merk kunnen diverse voedingsmiddelen van het ingeroepen recht omvatten en zijn derhalve identiek daaraan.

Conclusie

53. De waren van het betwiste merk zijn identiek aan de waren van het ingeroepen merk.

A.2 Globale beoordeling

54. 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.

55. 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 courante consumptiegoederen waarvoor moet worden uitgegaan van een normaal aandachtsniveau.

56. 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. Opposant meent dat zijn merk van huis uit een sterk onderscheidend vermogen heeft (zie punt 13). Het Bureau wijst er echter op dat een merk, ingevolge artikel 2.1, sub a BVIE, per definitie onderscheidend dient te zijn (zie in die zin ook Gerechtshof 's-Gravenhage, Roxstar, 200.044.463/01, 30 maart 2010, ECLI:NL:GHSGR:2010:BN9781). Aangezien opposant niet een ruime bekendheid van zijn merken heeft aangetoond, is het Bureau derhalve uitgegaan van een normaal onderscheidend vermogen.

57. 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).

58. De merken zijn visueel en auditief overeenstemmend, een begripsmatige vergelijking is niet aan de orde en de waren van het betwiste merk zijn identiek aan de waren van het ingeroepen merk. Op basis van bovengenoemde factoren, en gelet op hun onderlinge samenhang, is het Bureau van oordeel dat het publiek kan menen dat deze waren afkomstig zijn van dezelfde of van een economisch verbonden onderneming, zodat er sprake is van gevaar voor verwarring.

B. Overige factoren

59. Met het feitelijke gebruik van de betrokken merken (volgens verweerder op basis van pluimvee en levering aan supermarkten respectievelijk snackbars, zie punt 19) kan in het kader van een oppositieprocedure geen rekening worden gehouden. De vergelijking van de waren vindt uitsluitend plaats op basis van de registergegevens (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

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

IV. BESLUIT

61. De oppositie met nummer 2015474 wordt toegewezen.

62. Benelux aanvraag 1398554 wordt niet ingeschreven.

63. 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, 21 mei 2021

Willy Neys
(rapporteur)

Diter Wuytens

Pieter Veeze



Administratieve behandelaar:

Gerda Veltman