

**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**  
**BESLISSING inzake OPPOSITIE**  
**N° 2015650**  
**van 23 november 2021**

**Opposant:** **FALKE KGaA**  
Oststrasse 5  
57392 Schmallenberg  
Duitsland

**Gemachtigde:** **Muller & Eilbracht B.V.**  
Caballero Fabriek Saturnusstraat 60 Unit 61  
2516 AH Den Haag  
Nederland

**Ingeroepen recht:** **Internationale merkinschrijving 381077**  
  
FALKE  
  
*tegen*

**Verweerder:** **Global Champions GCL B.V**  
Maastrichterweg 249  
5556 VB Valkenswaard  
Nederland

**Gemachtigde:** **Algemeen Octrooi- en Merkenbureau B.V.**  
Professor Dr. Dorgelolaan 30  
5613 AM Eindhoven  
Nederland

**Betwiste merk:** **Benelux aanvraag 1402086**  
  
DOHA FALCONS

## **I. FEITEN EN PROCEDURE**

### **A. Feiten**

1. Op 12 september 2019 heeft verweerder een Benelux aanvraag verricht van het woordmerk DOHA FALCONS voor waren en diensten in de klassen 25, 35 en 41. De aanvraag is onder nummer 1402086 in behandeling genomen en gepubliceerd op 18 september 2019.
2. Op 15 november 2019 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze aanvraag. De oppositie is gebaseerd op internationale inschrijving 381077 met geldigheid in de Benelux van het woordmerk FALKE ingediend op 29 juli 1971 en ingeschreven voor waren in klasse 25.
3. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van het ingeroepen oudere merk.
4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren in klasse 25 van de betwiste aanvraag en is gebaseerd op alle waren in klasse 25 van het ingeroepen oudere merk.
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 19 november 2019. In de loop van de administratieve fase van de procedure hebben beide partijen argumenten ingediend. Op 18 mei 2020 heeft verweerder de waren in klasse 25 van het bestreden merk beperkt. De procedure verliep conform de daaraan gestelde eisen in het BVIE en het bijbehorende uitvoeringsreglement (hierna: "UR"). De administratieve fase is afgerond op 8 juli 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, en beroept zich daarbij op artikel 2.2ter, lid 1, sub b BVIE: verwarringsgevaar omwille van de identiteit of overeenstemming van merk en teken en van de waren of diensten in kwestie.

### **A. Argumenten opposant**

9. Opposant betoogt het gaat om twee woordmerken. Het ingeroepen merk bestaat uit het Duitse woord FALKE. Opposant stelt dat het bestreden merk bestaat uit de geografische aanduiding Doha, zijnde de hoofdstad van Qatar, en het Engelse woord FALCONS. Volgens opposant komen de waren uit Qatar of verwijzen deze waren naar Qatar. Nu beide merken een woord bevatten dat uit twee lettergrepen bestaat en met dezelfde drie letters, FAL, begint, concludeert opposant dat de merken in visueel opzicht in enige mate overeenstemmen.
10. Volgens opposant beginnen beide merken, afgezien van de geografische aanduiding Doha, auditief gezien met het woord 'falk'. In dit woord is de eerste lettergreep 'FAL' identiek. De tweede lettergreep ('KE' vs 'CONS') begint met dezelfde klank en eindigt op een zachte klank die minder hard dan de eerste

wordt uitgesproken, aldus opposant. Volgens opposant geldt dat het eerste identieke deel de aandacht van de consument trekt. De merken zijn derhalve in auditief opzicht in zekere mate overeenstemmend.

11. Opposant stelt dat de merken een specifieke betekenis hebben. Het oudere merk FALKE is het Duitse woord voor 'Valk'. In het bestreden merk betekent het Engelse woord 'FALCONS' eveneens 'Valken' en het bestreden merk betekent derhalve 'Doha Valken'. Volgens opposant is de Duitse taal een officiële taal in de Benelux en wordt de Engelse taal op grote schaal in de Benelux begrepen. Opposant betoogt derhalve dat de merken in begripsmatig opzicht (vrijwel) identiek zijn.

12. Volgens opposant zijn de elementen FALKE en FALCONS dominant en zullen deze elementen in het hoofd van de consument blijven hangen. Opposant concludeert dat de merken daarom visueel, auditief en begripsmatig overeenstemmend zijn.

13. Opposant betoogt dat de waren in klasse 25 identiek dan wel overeenstemmend zijn. Volgens opposant heeft het publiek een normaal aandachtsniveau, aangezien het de aankoop van alledaagse producten (kleding) betreft.

14. Opposant concludeert dat er sprake is van gevaar voor verwarring en verzoekt het Bureau de oppositie toe te wijzen en de registratie van het bestreden merk in klasse 25 te weigeren.

## **B. Reactie verweerder**

15. Verweerder voert aan dat de merken in hun totaalindruk moeten worden vergeleken. Volgens verweerder betreft het overeenkomende element tussen beide merken slechts drie letters, te weten FAL. Daarnaast betoogt verweerder dat de 'geografische aanduiding' DOHA niet zomaar een ondergeschikte rol in de vergelijking mag krijgen, zoals opposant lijkt te stellen. Opposant gaat enkel uit van de woorden FALKE en FALCONS als basis om beide merken te vergelijken, aldus verweerder. De betrokken merken dienen volgens verweerder echter in hun geheel te worden vergeleken. Verweerder betoogt verder dat het woorddeel DOHA een niet te verwaarlozen element is en onderdeel uitmaakt van het samengestelde merk. Volgens verweerder zal het publiek dit element niet direct opvatten als uitsluitend beschrijvend. Verweerder stelt ook dat slechts een klein deel van het publiek in de Benelux de Duitse taal begrijpt.

16. Met betrekking tot de visuele vergelijking betoogt verweerder dat slechts drie letters (FAL) overeenkomen. Het totale eerste woord van het ingeroepen merk en de volledige tweede lettergreep van het tweede woord uit het bestreden merk zijn verschillend. Dit verschil betreft acht letters. Verweerder stelt verder dat ook indien het woord FALCONS het meest onderscheidende element is, het eerste woord Doha alsnog zorgt voor een volledig (en op zijn minst voldoende) ander totaalbeeld. Volgens verweerder verschillen de merken derhalve aanzienlijk in hun visuele totaalindruk.

17. Verweerder betoogt dat het bestreden merk beduidend langer is en dat dit van invloed is op de auditieve weergave van het merk. Het eerste woord van het bestreden merk is 'DOHA' en dit element zal volgens verweerder door het publiek worden uitgesproken. Daarnaast is de klank van de lettergreep 'CONS' harder dan die van de lettergreep 'KE', aldus verweerder. Om die reden zijn de merken volgens verweerder auditief niet overeenstemmend.

18. In het kader van de begripsmatige vergelijking betoogt verweerder dat het Duits geen gangbare taal is in de Benelux en dat daarom niet kan worden gesteld dat het Duitse woord 'Falke' in de Benelux op brede schaal zal worden begrepen als 'valk'. Het Engelse woord 'falcons' betekent inderdaad 'valken', maar dit betekent nog niet dat het publiek het Duitse woord FALKE ook zal opvatten als 'valk', aldus verweerder.

Volgens verweerder heeft het woord FALKE geen algemeen vaste betekenis bij het publiek in de Benelux en zal het eerder als fantasiewoord worden beschouwd. Daarnaast speelt ook het element Doha een rol in deze vergelijking. Verweerder betoogt derhalve dat de merken begripsmatig niet gelijkend zijn.

19. Verweerder stelt verder dat de betrokken waren gelijk dan wel overeenstemmend zijn. Volgens verweerder zien de kledingstukken van opposant echter op een bepaald type kledingstuk, voornamelijk onderkleding en beenmode en zijn de waren in klasse 25 van het bestreden merk bedoeld voor het specifieke publiek dat de paardenevenementen van verweerder bezoekt. De waren worden dan ook niet aangeboden aan hetzelfde publiek. Verweerder betoogt verder dat het relevante publiek van de bestreden waren een verhoogd aandachtsniveau heeft.

20. Volgens verweerder stemmen de merken niet overeen in hun totaalindruk en is er derhalve geen sprake van gevaar voor verwarring. Verweerder verzoekt derhalve het Bureau om de oppositie af te wijzen, de registratie van het bestreden merk in zijn geheel toe te wijzen, alsmede opposant te verwijzen in de kosten van deze procedure.

### **III. BESLISSING**

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

21. 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.

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

23. 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; Hof van Beroep te Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

#### **Vergelijking van de merken**

24. Uit de bewoordingen van artikel 5, lid 1, sub b van de Richtlijn (vergelijk artikel 2.2ter, lid 1, sub b BVIE), volgens dewelke " bij het publiek gevaar voor verwarring bestaat, ook wanneer die verwarring het gevolg is 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).

25. De globale beoordeling van het verwarringsgevaar dient wat de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkenis van de tekens betreft te berusten op de totaalindruk die door de merken wordt opgeroepen, daarbij onder meer rekening houdend met hun onderscheidende en dominerende bestanddelen (arresten Sabel en Lloyd, beide reeds aangehaald).

26. 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).

27. De te vergelijken merken zijn de volgende:

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
FALKE	DOHA FALCONS

#### *Begripsmatige vergelijking*

28. Het ingeroepen merk betreft het Duitse woord FALKE, hetgeen 'valk' betekent<sup>1</sup>. Weliswaar is Duits niet een van de meest gesproken talen van de Benelux, maar het betreft wel een officiële taal in België en Luxemburg. Daarnaast lijkt het woord 'falke' auditief sterk op het Nederlandse woord 'valk' en het Franse woord 'faucon'. Het Bureau is derhalve van oordeel dat op zijn minst een deel van het publiek in de Benelux de betekenis van dit woord begrijpt.

29. In het bestreden merk zal het element Doha worden begrepen als de hoofdstad van Qatar en het Engelse woord 'falcons' zal worden begrepen als 'valken' (hier zijn partijen het over eens). Het Bureau is van oordeel dat door de gekozen samenstelling met het woord Doha, het bestreden merk door het publiek in zijn geheel zal worden opgevat als een verwijzing naar valken die afkomstig zijn uit Doha.

30. Aangezien beide merken naar het begrip 'valk' verwijzen zijn de merken op begripsmatig vlak overeenstemmend.

#### *Visuele vergelijking*

31. Beide merken zijn zuivere woordmerken. Het ingeroepen merk FALKE bestaat uit één woord van vijf letters. Het bestreden merk bestaat uit twee woorden van respectievelijk vier en zeven letters, DOHA FALCONS.

32. Het tweede woorelement van het bestreden merk bevat de letters FAL. Deze drie letters komen ook voor in het begin van het ingeroepen merk. De overige letters zijn verschillend. Daarnaast geldt dat

<sup>1</sup> <https://www.mijnwoordenboek.nl/vertaal/DE/NL/Falke>

de consument in het algemeen meer belang zal hechten aan het eerste deel van een merk (zie in die zin GEU, Mundicor, T183/02 en T-184/02, 17 maart 2004, ECLI:EU:T:2004:79), hetgeen in het onderhavige geval verschillend is.

33. Het Bureau is derhalve van oordeel dat de merken in lichte mate visueel overeenstemmen.

#### *Auditieve vergelijking*

34. Het ingeroepen merk bestaat uit één woord van twee lettergrepen: FAL-KE. Het bestreden merk bestaat uit twee woorden en vier lettergrepen: DO-HA-FAL-CONS.

35. Zoals ook in het kader van de visuele vergelijking is overwogen zijn de merken aan het begin weliswaar verschillend, maar zal de aandacht van het publiek ook uitgaan naar het tweede deel van het bestreden merk.

36. Ondanks het feit dat de merken verschillen in lengte en structuur bestaat er een zekere mate van auditieve overeenstemming die is gelegen in de uitspraak van de letters "FAL" en de "K-klank" aan het begin van de tweede lettergreep van het tweede wordelement van het bestreden merk die ook voorkomen in het ingeroepen merk.

37. In het licht van het voorgaande is het Bureau van oordeel dat de merken auditief in zekere mate overeenstemmen.

#### *Conclusie*

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

#### **Vergelijking van de waren**

39. Bij de beoordeling van de overeenstemming van de betrokken waren of diensten moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren die de verhouding tussen de waren of 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 vergelijking van de waren van het ingeroepen oudere merk en de waren waartegen de oppositie is gericht, worden de waren in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag. Zoals reeds aangegeven heeft verweerder de waren in klasse 25 gedurende de oppositieprocedure beperkt (zie alinea 7).

41. De te vergelijken waren zijn derhalve de volgende:

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
KI 25 Beenmode, kleding, gebreide en geweven kleding, ondergoed, stropdassen en handschoenen  <i>Cl 25 Hosiery, clothing, knitted and knit fabric garments, underclothing, ties and gloves.</i>	KI 25 Kledingstukken; schoeisel; hoofddeksels, voornoemde producten uitsluitend verband houdend met de paardensport en jumping.

N.B. De originele taal van het ingeroepen merk is Engels. De vertaling is enkel toegevoegd om de leesbaarheid van de beslissing te bevorderen.	
--	--

42. De bestreden waren "*Kledingstukken, voornoemde producten uitsluitend verband houdend met de paardensport en jumping*" zijn weliswaar gespecificeerd naar een bepaalde branche en bestemming, maar deze waren vallen nog steeds onder de algemene categorie 'kleding' genoemd in klasse 25 van het ingeroepen merk. 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 GEU, Arthur et Félicie, T- 346/04, 24 november 2005, ECLI:EU:T:2005:420). Om die reden zijn deze waren gelijk.

43. Wat de waren "*schoeisel en hoofddeksels, voornoemde producten uitsluitend verband houdend met de paardensport en jumping*" van het betwiste merk betreft, is het Bureau van oordeel dat deze overeenstemmen met de waren van opposant. Deze waren worden alle door de mens gedragen met hetzelfde doel, namelijk het lichaam bedekken en beschermen. Bovendien zijn deze waren vaak afkomstig van dezelfde producenten en richten ze zich ook vaak tot dezelfde consument. Daarnaast worden ze veelal via dezelfde verkoopkanalen aangeboden. Zo is het gebruikelijk dat men in een en dezelfde winkel zowel kledingstukken, schoeisel als hoofddeksels aantreft. Verder is er sprake van esthetische complementariteit. Men kiest vaak een paar schoenen dat past bij een outfit. De consument zal dan ook gemakkelijk aan dergelijke waren eenzelfde herkomst toedichten (zie GEU, Giordano, T-483/08, 16 december 2009, ECLI:EU:T:2009:515; GEU, Victor, T-204/14, 7 september 2016, ECLI:EU:T:2016:448).

#### Conclusie

44. De bestreden waren in klasse 25 zijn deels gelijk aan en deels overeenstemmend met de waren in klasse 25 van het ingeroepen merk.

#### A.2. Globale beoordeling

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

46. 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). Kledingstukken betreffen courante, althans regelmatig terugkerende, aankopen. Wellicht zal een deel van het publiek bij het aanschaffen van specifieke sportkleding meer aandacht besteden aan de aankoop, maar een ander deel van het publiek zal bij dergelijke courante aankopen een normaal aandachtsniveau hebben. Er dient hier dus een normaal aandachtsniveau in acht te worden genomen nu bij de beoordeling van mogelijk gevaar voor verwarring het publiek met het laagste aandachtsniveau als uitgangspunt geldt.

47. De globale beoordeling van het gevaar voor verwarring veronderstelt een zekere onderlinge samenhang tussen de in aanmerking te nemen factoren, met name tussen de overeenstemming van de merken en 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). In het onderhavige geval zijn de waren deels gelijk en deels overeenstemmend. De merken zijn visueel in lichte mate en auditief in zekere mate overeenstemmend. Voor een deel van het

publiek zijn de merken begripsmatig overeenstemmend. Het Bureau wijst er in dit kader ook op dat gevaar voor verwarring bij een deel van het publiek voldoende is om de oppositie toe te wijzen (zie GEU, Hai/Shark, T-33/03, 9 maart 2005, ECLI:EU:T:2005:89).

48. Het verwarringsgevaar is des te groter naarmate de onderscheidingskracht van het oudere merk sterker is. Merken die hetzij van huis uit, hetzij wegens hun bekendheid op de markt, een sterke onderscheidingskracht hebben, genieten dus een ruimere bescherming dan merken met een geringe onderscheidingskracht (HvJEU, Canon, Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, alle reeds geciteerd). Het ingeroepen oudere merk beschikt van huis uit over een normaal onderscheidend vermogen, aangezien het geen kenmerk beschrijft van de waren in kwestie.

49. De onderhavige waren hebben betrekking op de kledingsector waarbij het vaak voorkomt dat hetzelfde merk verschillende verschijningsvormen heeft, afhankelijk van de erdoor aangeduide type waren (zie GEU Fifties, reeds aangehaald).

50. De visuele en auditieve verschillen zijn naar het oordeel van het Bureau in het onderhavige geval onvoldoende om de overeenkomsten tussen de merken teniet te doen. Er dient immers hier aan herinnerd te worden dat de betrokken consument vaak een onvolmaakte herinnering heeft van merken.

51. Op grond van het bovenstaande en hun onderlinge samenhang, en in het bijzonder de mate van begripsmatige overeenstemming van de merken en de overeenstemming van de waren, is het Bureau is van oordeel dat het publiek kan menen dat de betwiste waren afkomstig zijn van dezelfde of een economisch verbonden onderneming.

## **B. Overige factoren**

52. Met betrekking tot de opmerkingen van verweerder over het feitelijke gebruik van de betrokken merken (zie alinea 19) merkt het Bureau op dat hiermee, in het kader van een oppositieprocedure, geen rekening kan worden gehouden, aangezien de vergelijking van de merken 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:C:2008:339).

## **C. Conclusie**

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

## **IV. BESLUIT**

54. De oppositie met nummer 2015650 wordt toegewezen.

55. De Benelux aanvraag met nummer 1402086 wordt niet ingeschreven voor de waren in klasse 25.

56. De Benelux aanvraag met nummer 1402086 wordt wel ingeschreven voor de volgende diensten, waartegen de oppositie niet is gericht:

- Klasse 35 (*alle diensten*)
- Klasse 41 (*alle diensten*)



57. 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 toegewezen wordt. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 23 november 2021

Eline Schiebroek  
(*rapporteur*)

Saskia Smits

Camille Janssen



Administratieve behandelaar: Rémy Kohlsaet