

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2016697
van 19 juli 2022

Opposant: **Mini Rodini AB**
Box 11163
10061 Stockholm
Zweden

Gemachtigde: **Brinkhof N.V.**
Grote Bickersstraat 74 -78 1013 KS
Amsterdam
Nederland

Ingeroepen merk: Uniemerik 9584905

MINI RODINI

Tegen

Verweerder: **Itek International Holding NV**
Industrieweg 3
3950 Kaulille
België

Gemachtigde: -

Ingeroepen merk: Benelux aanvraag 1429433



RHODINI

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

1. Op 16 november 2020 heeft verweerder een Benelux aanvraag verricht van het gecombineerde



woord/beeldmerk **RHODINI** voor waren in klassen 24, 25 en 28. Deze aanvraag is onder nummer 1429433 in behandeling genomen en gepubliceerd op 3 december 2020.

2. Op 1 februari 2021 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze aanvraag. De oppositie is gebaseerd op de oudere Uniemerkt inschrijving 9584905 van het woordmerk MINI RODINI ingediend op 9 december 2010 en ingeschreven op 22 juni 2011 voor waren in klassen 18, 24 en 25.

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

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren van het betwiste merk en is gebaseerd op alle waren van het ingeroepen 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 2 februari 2021. 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 27 juli 2021.

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

8. De opposant dient met toepassing van artikel 2.14, lid 2, sub a BVIE een oppositie bij het Bureau in, overeenkomstig de bepalingen van artikel 2.2ter, lid 1, sub b BVIE: verwarringsgevaar omwille van de identiteit of overeenstemming van de betrokken merken en van de waren of diensten in kwestie.

A. Argumenten opposant

9. Opposant begint met een korte toelichting over het ingeroepen merk en zijn activiteiten, alsmede een korte toelichting over de verweerder en het contact (of gebrek daaraan) tussen partijen.

10. Opposant meent dat de waren van zowel het ingeroepen merk als die van het betwiste merk zijn gericht op de eindconsument, het grote publiek. Wat betreft het ingeroepen merk gaat het daarbij om het Europese publiek met een laag aandachtsniveau. De gemiddelde consument van zowel de waren waarvoor het ingeroepen merk is ingeschreven - kort gezegd kleding, accessoires en schoeisel - als de gemiddelde consument van de waren waarvoor het betwiste merk is aangevraagd - kort gezegd goederen van textiel, kleding en sportartikelen - zal geen bovengemiddelde aandacht besteden aan de tekens waar hij mee in

aanraking komt. Het gaat in dit geval om waren die niet duur zijn en die de consument met enige regelmaat zal kopen.

11. Ten aanzien van de vergelijking van de waren meent opposant dat deze allemaal identiek of soortgelijk zijn. De soortgelijkheid vloeit onder andere voort uit het feit dat de waren normaal gesproken door dezelfde producent worden vervaardigd, door hetzelfde publiek worden gekocht en via dezelfde distributiekanaalen worden verhandeld. Daarnaast is er bij bepaalde waren sprake van complementariteit, omdat deze met elkaar verbonden zijn. De waren "sportartikelen- en uitrusting" omvatten duidelijk ook helmen, schoenen en kleding. Dat blijkt ook uit het feit dat de verweerder het betwiste merk heeft aangebracht op beenstukken en overschoenen.

12. Ten aanzien van de vergelijking van de betrokken merken meent opposant dat het element RHODINI het dominerende bestanddeel is van het betwiste merk, terwijl RODINI het dominante element is in het ingeroepen merk. Het element MINI zal het relevante publiek bij de globale beoordeling minder opvallen.

13. Aangezien het element RHODINI in het betwiste merk vrijwel een-op-een is opgenomen in het ingeroepen merk, stemmen de betrokken merken visueel in hoge mate overeen.

14. Auditief zijn de betrokken merken, afgezien van het element MINI, identiek. De woordelwoorden RODINI en RHODINI worden beide uitgesproken als "ro-DIE-nie" en bestaan beide uit drie lettergrepen. Dit maakt dat zelfs wanneer het element MINI wordt meegewogen in de auditieve beoordeling, de betrokken merken in auditief opzicht in elk geval in hoge mate overeenstemmen, aldus opposant.

15. De betrokken merken zullen voor het relevante publiek geen zelfstandige betekenis hebben en dus is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde.

16. Tenslotte merkt opposant op dat de consument het betwiste merk kan zien als variatie op het ingeroepen merk.

17. Op grond van het voorgaande concludeert opposant dat er sprake is van gevaar voor verwarring. Hij verzoekt het Bureau de oppositie toe te wijzen en de inschrijving van het betwiste merk te weigeren en de verweerder te veroordelen in de door de opposant gemaakte kosten.

B. Reactie verweerder

18. Verweerder begint met een korte toelichting over zijn activiteiten en het gebruik van het betwiste merk. Onder het merk RHODINI wordt enkel fietskleding geproduceerd. Oppositant verhandelt met name kinderkleding en in beperkte mate accessoires.

19. Verweerder legt ook kort uit waarom een regeling met opposant niet mogelijk is. De betrokken merken verschillen zowel auditief als visueel en het aangeboden assortiment kan niet met elkaar worden vergeleken en varieert sterk van elkaar.

20. De door opposant aangehaalde jurisprudentie gaat volgens verweerder in dit geval niet op. Hij meent dat het in CANON/CANNON ging om merken bestaande uit één woord met één letter verschil.

21. De betrokken merken zijn totaal verschillend. Het betwiste merk wordt gekenmerkt door een specifieke schrijfwijze en een specifiek logo, die samen bekeken dienen te worden daar deze onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. Het ingeroepen merk heeft geen onderscheidende kenmerken en werd enkel

als merk met wordelement geregistreerd. Om voorgaande redenen kan er bij de consument nooit enige verwarring ontstaan.

22. Ten aanzien van de waren meent verweerder dat, hoewel hij gekozen heeft voor een algemene omschrijving voor klassen 24, 25 en 28, dit niet wegneemt dat de goederen die verweerder voert niet overeenkomen met de artikelen die opposant voert. Tevens merkt verweerder op dat ook opposant heeft gekozen voor een algemene omschrijving van de goederen in klasse 25, terwijl opposant zich voornamelijk richt op kinderkleding terwijl verweerder enkel de intentie heeft om fietskleding en relevante accessoires op de markt te brengen onder het betwiste merk. Klasse 28 werd niet door opposant geregistreerd en kan geen aanleiding geven tot het weigeren van het merk van verweerder in deze klasse.

23. Het standpunt van opposant dat de distributiekanaalen en verkooppunten hetzelfde kunnen zijn en voor verwarring kunnen zorgen is volgens verweerder niet van toepassing. Het betwiste merk wordt enkel verkocht via de eigen verkoopkanalen die volledig door verweerder zelf beheerd worden.

24. Verweerder concludeert dat er geen kans op verwarring bestaat. De oppositie dient te worden afgewezen wegens het ontbreken van gevaar voor verwarring. Verweerder verzoekt het Bureau derhalve de oppositie af te wijzen, zijn merk in te schrijven voor alle waren waarvoor het is aangevraagd en opposant te veroordelen in de kosten van de oppositie. Indien het Bureau van mening is dat de oppositie (deels) gegrond is, verzoekt verweerder het Bureau het betwiste merk alsnog in te schrijven in de aangevraagde klassen met een duidelijke afbakening van waren als zijnde fietskleding, toebehoren fietskledij, sportuitrusting, artikelen voor sportbeoefening.

III. BESLISSING

A. 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, lid 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 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:C:2006:164 en *El Charcutero Artesano*, T-242/06, 13 december 2007, ECLI:EU:T:2007:391).

31. De te vergelijken merken zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
MINI RODINI	

Visuele vergelijking

32. Het ingeroepen merk is een zuiver woordmerk. Het betwiste merk is een samengesteld merk (woord- en beeldelementen). Bij samengestelde merken 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 en Gerechtshof 's-Gravenhage, *MOOVE-4MOVE*, 200.105.827/0, 11 september 2012, ECLI:NL:GHSGR:2012:BX8916) In het voorliggende geval behoudt het wordelement "RHODINI" ook een eigen onderscheidende positie, al zullen de figuratieve elementen door de grootte en de plaatsing ervan niet worden veronachtzaamd (zie in die zin ook Gerechtshof 's-Gravenhage, *MOOVE-4MOVE*, 200.105.827/0, 11 september 2012). De wordelementen van beide betrokken merken "MINI RODINI" respectievelijk "RHODINI" zijn evenwel vrijwel identiek voor wat betreft het element "RODINI" respectievelijk "RHODINI".

33. Nu de betrokken merken verschillen door hun vormgeving en het woord "MINI" van het ingeroepen merk niet terugkomt in het betwiste merk, maar de woordelementen "RODINI" respectievelijk "RHODINI" vrijwel identiek zijn, stemmen de betrokken merken visueel in zekere mate overeen.

Auditieve vergelijking

34. 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 (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).

35. De betrokken merken worden uitgesproken als "mi-ni-ro-di-ni" en "ro-di-ni". Hoewel de consument normaal gesproken meer belang hecht aan het begin van woorden (GEU, MUNDICOR, T-183/02-T-184/02, 17 maart 2004, ECLI:EU:T:2004:79), kan dat in het onderhavige geval niet afdoen aan de auditieve overeenstemming tussen de betrokken merken.

36. Naar het oordeel van het Bureau stemmen de betrokken merken auditief gezien dan ook overeen.

Begripsmatige vergelijking

37. Geen van beide merken hebben een betekenis voor het relevante publiek in de Benelux, zodat een conceptuele vergelijking niet mogelijk is.

Conclusie

38. De betrokken merken stemmen visueel in zekere mate overeen, zijn auditief gezien overeenstemmend en een begripsmatige vergelijking is niet mogelijk.

Vergelijking van de waren en diensten

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 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).

40. Bij de vergelijking van de waren en diensten van het ingeroepen merk en deze waartegen de oppositie is gericht, worden in casu de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag.

41. De te vergelijken waren zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KL 18 Zakken en tassen; Tassen voor verschoonbenodigdheden; Nettassen voor kinderwagens; Ransels; Spuugdoekjes; Schoonheidscases; Waszakken; Portemonnees; Paraplu's en parasols; Draagriemen en riemen voor het dragen van kinderen en baby's.	
KL 24 Weefsels en textielproducten voor zover niet begrepen in andere klassen; Beddengoed;	KL 24 Goederen van textiel en vervangingsmiddelen daarvoor.

Plaids, bedovertrekken, beddenovertrekken, beddenspreien, matrasbeschermers, bekledingen (textiel), donzen dekbedden, moltons, gezondheidsflanel, weefsels van wol, wollen stoffen, linnen weefsels, bedlinnen, handdoeken van textiel, muskietennetten, gordijnen van textiel of kunststof, etiketten van textiel, kussenhoezen.	
KL 25 Kledingstukken, schoeisel, hoofddeksels.	KL 25 Kleding; Hoofddeksels; Schoeisel; Delen van kleding, schoeisel en hoofdbedekking.
	KL 28 Sportartikelen en - uitrustingen.

42. De waren "goederen van textiel" van verweerder vallen onder "textielproducten niet begrepen in andere klassen" waarvoor het ingeroepen merk is ingeschreven. Deze waren zijn derhalve identiek. De waren "en vervangingsmiddelen daarvoor" zijn bedoeld om waren van textiel te vervangen en hebben om die reden dezelfde aard, worden op dezelfde wijze gebruikt en zullen worden aangeboden via dezelfde distributiekanaalen. Deze waren zijn dan ook soortgelijk aan de "textielproducten" waarvoor het ingeroepen merk is ingeschreven.

43. De waren "kleding; hoofddeksels; schoeisel" komen expressis verbis voor in beide warenlijsten en zijn derhalve identiek. De waren "delen van kleding, schoeisel en hoofdbedekking" van verweerder zijn een subcategorie van de bredere termen "kleding, hoofddeksels en schoeisel" van het ingeroepen merk en derhalve eveneens identiek.

44. De waren "sportartikelen en- uitrustingen" in klasse 28 van verweerder zijn niet soortgelijk aan de waren waarvoor het ingeroepen merk is ingeschreven. Anders dan opposant beweert, kunnen deze waren niet soortgelijk worden geacht aan "kleding" in klasse 25. Sportartikelen en -uitrustingen dienen een ander doel dan "kleding". De waren "sportartikelen- en uitrustingen" zien niet op de kleding die gedragen wordt, maar op de artikelen die zijn bedoeld om de beoefenaar van een sport in staat te stellen een bepaalde sport uit te oefenen. Het kopen en dragen van kleding dient dat doel niet. Het enkele feit dat sommige van deze waren in enkele gevallen in dezelfde winkels worden aangeboden, zoals aangedragen door opposant, kan aan het voorgaande niet afdoen. Allereerst omdat het door opposant in dit kader overgelegde bewijs enkel ziet op "sportkleding" en "sportartikelen- en uitrustingen" (van andere kleding wordt geen melding gemaakt), en ten tweede omdat opposant niet kan worden gevolgd in de door hem hieruit getrokken conclusie dat daarmee ook sprake is van dezelfde distributiekanaalen. Mogelijk dezelfde verkooppunten betekent immers niet dat automatisch ook sprake is van dezelfde distributiekanaalen en opposant heeft ook geen andere onderbouwing gegeven voor deze stelling.

Conclusie met betrekking tot de vergelijking van de waren

45. De waren in de klassen 24 en 25 van het betwiste merk zijn identiek en/of soortgelijk aan de waren van het ingeroepen merk. De waren in klasse 28 van het betwiste merk zijn niet soortgelijk aan de waren van het ingeroepen merk.

Globale beoordeling

46. Bij de beoordeling van het gevaar voor verwarring spelen met name de aandacht van het publiek, de gelijkheid of overeenstemming van de merken en van de waren of diensten 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). De betrokken waren zijn gericht op het grote publiek en hebben derhalve een normaal aandachtsniveau. Het argument van opposant dat sprake is van een laag aandachtsniveau kan door het Bureau niet worden bijgetreden; het gaat om waren die, hoewel zij op regelmatige basis kunnen worden afgenomen, geen dagelijkse gebruiksproducten zijn en die niet goedkoop zijn. Daarnaast zal de consument in een zekere mate aandachtig zijn omdat kleding over het algemeen ook wordt gekocht omdat de consument die mooi vindt en die dus naar diens smaak moet zijn.

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). Nu het ingeroepen merk geen kenmerk van de betrokken waren beschrijft moet worden uitgegaan van een normaal onderscheidend vermogen.

49. 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). De merken zijn overeenstemmend en de waren zijn identiek en/of soortgelijk. 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, waardoor er sprake is van gevaar voor verwarring.

C. Overige factoren

50. Verweerder meent dat de waren waarvoor de betrokken merken in de praktijk worden gebruikt anders zijn en dat daardoor geen verwarring kan optreden. Met het feitelijke gebruik van de betrokken merken kan in het kader van een oppositieprocedure echter geen rekening worden gehouden, aangezien de vergelijking van de betrokken merken uitsluitend plaatsvindt op basis van de registergegevens en in voorkomend geval op basis van de gebruiksbewijzen. 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).

51. Om de redenen genoemd in punt 50 kan ook het argument van opposant, dat de waren "sportartikelen- en uitrusting" ook duidelijk helmen, schoenen en kleding omvat - omdat de verweerder het betwiste merk heeft aangebracht op beenstukken en overschoenen - niet slagen. Dat gebruik staat los van de warenomschrijving van het betwiste merk en daarnaast blijkt uit de Explanatory Note van het WIPO dat zulke beschermende kleding¹ expliciet niet onder "sportartikelen- en uitrusting" vallen. Maar ook indien dit anders zou zijn, zou dit geen verschil maken; zulke beschermende sportkleding is bedoeld om te worden gedragen tijdens het sporten en het lichaam van de beoefenaar van die sport te beschermen tegen

¹ De Explanatory Note maakt melding van "veiligheidshelmen, -brillen en -mondkapjes voor sportbeoefening". Zie: https://www.wipo.int/classifications/nice/nclpub/en/fr/?basic_numbers=show&class_number=28&explanatory_notes=show&lang=en&menulang=en&mode=flat¬ion=&pagination=no&version=20220101

mogelijke blessures die het beoefenen van de sport met zich kan meebrengen. Dat geldt simpelweg niet voor "kleding".

52. Het Bureau merkt op dat het voorwaardelijke verzoek van verweerder tot beperking van de waren, indien het Bureau van mening zou zijn dat de oppositie moet worden toegewezen, niet mogelijk is in een oppositieprocedure. Met een warenbeperking kan alleen rekening worden gehouden indien deze ondubbelzinnig en onvoorwaardelijk wordt verzocht aan het Bureau (zie in die zin ook GEU, Trenton, T-171/06, 17 maart 2009, ECLI:EU:T:2009:70). Daarnaast vindt, zoals in punt 50 reeds aangegeven, de vergelijking van de betrokken merken uitsluitend plaats op basis van de registergegevens, en daarmee niet op een mogelijk aangepaste vorm van de betrokken merken.

D. Conclusie

53. Op grond van het bovenstaande komt het Bureau tot de conclusie dat er gevaar voor verwarring bestaat.

IV. BESLUIT

54. De oppositie met nummer 2016697 wordt gedeeltelijk toegewezen.

55. Benelux aanvraag 1429433 wordt niet ingeschreven voor de waren in de klassen 24 en 25, voor geen van de waren in die klassen waarvoor het is aangevraagd.

56. Benelux aanvraag 1429433 wordt wel ingeschreven voor alle waren in klasse 28 waarvoor het is aangevraagd.

57. Geen van de partijen wordt verwezen in de kosten op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.28, lid 3 UR, aangezien de oppositie gedeeltelijk wordt toegewezen.

Den Haag, 19 juli 2022



Pieter Veeze
(*rapporteur*)

Camille Janssen

Saskia Smits

Administratieve behandelaar:

Raphaëlle Gerard