

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2016779
van 24 juni 2022

Opposant: **Guangdong Oppo Mobile Telecommunications Corp., Ltd.**
Haibin Road Wusha Chang'an 18
Dongguan Guangdong 523860
China

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

Ingeroepen merk I: **Uniemerkt 018246344**

oppo

Ingeroepen merk II: **Uniemerkt 018046556**

oppo

Ingeroepen merk III: **Uniemerkt 018005644**

oppo

tegen

Verweerder: **Daniel van Oosten h.o.d.n. ElevenOFive Online**
Industriekade 18 G
2172 HV Sassenheim
Nederland

Betwiste teken: **Benelux aanvraag 1431232**

op+pro

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

1. Op 9 december 2020 heeft verweerder een Benelux aanvraag verricht van het volgende gecombineerde woord-/beeldmerk voor waren in de klassen 9 en 35:



De aanvraag is onder nummer 1431232 in behandeling genomen en gepubliceerd op 7 januari 2021.

2. Op 5 maart 2021 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze aanvraag. De oppositie is gebaseerd op de volgende oudere merken:

- Uniemerkt 018246344 van het volgende gecombineerde woord-/beeldmerk, ingediend op 28 mei 2020 en ingeschreven op 11 september 2020 voor waren in de klasse 9:



- Uniemerkt 018046556 van het volgende gecombineerde woord-/beeldmerk, ingediend op 2 april 2019 en ingeschreven op 17 augustus 2019 voor diensten in klassen 35, 37, 38, 41 en 42:



- Uniemerkt 018005644 van het volgende gecombineerde woord-/beeldmerk, ingediend op 2 januari 2019 en ingeschreven op 11 mei 2019 voor waren in klasse 9:



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

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren en diensten van het betwiste teken en is gebaseerd op alle waren en diensten van de ingeroepen oudere merken.

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 10 maart 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 is afgerond op 28 september 2021.

II. RECHTSGRONDEN EN ARGUMENTEN VAN 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 het ingeroepen merk en betwiste teken en van de waren of diensten in kwestie.

A. Argumenten opposant

9. Opposant voert voor wat betreft de auditieve vergelijking aan dat het ingeroepen merk OPPO volledig is opgenomen in het betwiste teken. Beide tekens zullen worden uitgesproken beginnend met de identieke eerste lettergreep OP en eindigend met O (oo). De woorden OPPO en OPPRO bestaan beide uit twee lettergrepen waarvan de eerste drie letters en de laatste letter identiek zijn, terwijl deze letters tevens in dezelfde volgorde zijn geplaatst. Dit maakt de uitspraak van de tekens vrijwel hetzelfde. Het voornaamste verschil is gelegen in de letter R in de tweede en tevens laatste lettergreep van het betwiste teken. Deze letter R maakt het verschil in uitspraak van de merken echter niet zodanig anders nu hiermee niks wijzigt aan de klemtoon. Bij het uitspreken van de woorden OPPO en OPPRO zal het verschil zo minimaal zijn dat er sprake is van een hoge mate van auditieve overeenstemming, aldus verweerder.

10. Ten aanzien van de visuele vergelijking voert opposant aan dat de letters van het ingeroepen merk en de aanvraag beide in kleine letters zijn weergegeven en tevens eindigen en beginnen met de identieke letters O. Ondanks dat het eerste deel van de aanvraag in het rood is waarbij een klein +-teken is opgenomen in de P, is de grafische weergave niet heel anders dan die van het ingeroepen merk. Dit visuele verschil zal door het in aanmerking komend publiek veeleer als decoratief worden beschouwd en is niet zodanig significant dat het invloed heeft op de visuele overeenstemming tussen de tekens. Ondanks dat hier sprake is van korte tekens, respectievelijk vier en vijf letters, zijn de visuele overeenkomsten tussen de merken groter dan de verschillen. De tekens zijn daarom in visueel opzicht in zekere mate overeenstemmend, aldus opposant.

11. Wat betreft de begripsmatige overeenstemming, merkt opposant op dat de tekens geen betekenis hebben. Nu er geen betekenis kenbaar is en de meeste consumenten in de Benelux daarom ook geen betekenis aan beide tekens zullen toekennen, is een begripsmatige vergelijking niet mogelijk.

12. De waren en diensten waartegen de oppositie is gericht zijn volgens opposant identiek en deels overeenstemmend aan de waren en diensten waarop de oppositie is gebaseerd.

13. Opposant voert verder aan dat de waren waarom het in dit geval gaat zijn gericht op het grote publiek, waarvoor de mate van aandacht laag tot gemiddeld is. Zelfs als de consument zich bewust is van de verschillen tussen de tekens, kan de consument gemakkelijk aannemen dat het betwiste teken afkomstig is van en/of economisch verbonden is met de opposant of een verbonden entiteit.

14. Opposant concludeert dat er een reëel gevaar van verwarring tussen de tekens is.

B. Reactie verweerder

15. Verweerder voert aan dat er geen dusdanige gelijkenis of overeenstemming aanwezig is tussen de aanvraag en het ingeroepen merk dat sprake kan zijn van verwarringsgevaar bij het publiek.

16. Wat betreft de auditieve vergelijking wijst verweerder erop dat de aanvraag een afkorting is van de woorden OnePlus PROtection en zal worden uitgesproken als OnePlus Protection. Auditief is er dus volgens verweerder geen overeenstemming.

17. Ten aanzien van de visuele vergelijking merkt verweerder op dat het plusje en de rode letters in de aanvraag er niet zomaar ter decoratie staan, maar een reden hebben. Ze verwijzen naar het merk OnePlus. Kenmerkend voor het merk OnePlus is de rode kleur en het +-teken. Het tweede deel PRO is zwart, omdat dit een afkorting is van het woord Protection. Door het verschil in kleuren in de aanvraag wordt een onderscheid gemaakt tussen de afkortingen voor de woorden OnePlus en Protection. Daarnaast is het Font-lettertype verschillend en zit er een R in het logo. De letter P in het logo met het +-teken is bovendien ontworpen door een designer en is uniek. Visueel zijn er dus duidelijke verschillen, aldus verweerder.

18. Verweerder betoogt verder dat, anders dan opposant aanvoert, een begripsmatige vergelijking wel mogelijk is, omdat de aanvraag wel een betekenis heeft in tegenstelling tot het ingeroepen merk. De aanvraag staat voor OnePlus PROtection. De producten bieden bescherming voor OnePlus telefoons. Het plusje in het teken van de aanvraag verwijst naar de Plus in het merk OnePlus. Dit heeft dus ook een betekenis en is niet alleen decoratief. Begripsmatig is er dan ook geen sprake van overeenstemming.

19. Volgens verweerder is er een vergelijking te maken tussen de klassen met waren en diensten van de merken, maar is die vergelijking gezien de kleine mate van overeenstemming tussen de merken, onvoldoende om te stellen dat sprake is van verwarringsgevaar.

20. Verweerder wijst er verder op dat de groep van OnePlus gebruikers een gericht zoekende groep is. Het is een specifiek publiek dat een hoge interesse heeft in technische producten en gadgets. Het publiek zal bij het zien van de aanvraag dan ook de associatie maken met OnePlus en niet met het ingeroepen merk. Er zal daarom geen reëel verwarringsgevaar bestaan tussen de aanvraag en het ingeroepen merk, aldus verweerder.

III. BESLISSING

A. 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.”*¹

23. Er is sprake van verwarringsgevaar in de zin van deze bepaling wanneer het publiek kan menen dat de door dat merk aangeduide waren of diensten en die waarop het aangevraagde merk betrekking heeft, van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn.²

24. Volgens vaste rechtspraak van het HvJEU dient het bestaan van verwarringsgevaar globaal te worden beoordeeld, met inachtneming van alle relevante omstandigheden van het concrete geval,

¹ Art. 2.2ter, lid 1, sub b BVIE vormt de implementatie van art. 5, lid 1, sub b Richtlijn (EU) 2015/2436 van het Europees Parlement en de Raad van 16 december 2015 betreffende de aanpassing van het merkenrecht der lidstaten. Een vergelijkbare bepaling is te vinden in art. 8, lid 1, sub b Verordening (EU) 2017/1001 van het Europees Parlement en de Raad van 14 juni 2017 inzake het Uniemerik.

² HvJEU 11 juni 2020, C-115/19 P, ECLI:EU:C:2020:469, punt 54 (China Construction Bank).



waaronder de mate van overeenstemming van de conflicterende tekens en van de betrokken waren of diensten, de mate van bekendheid van het oudere merk en de mate van – intrinsiek of door gebruik verkregen – onderscheidend vermogen van het oudere merk.³

Vergelijking van de tekens

25. Om de mate van overeenstemming tussen de conflicterende tekens te beoordelen dient de mate van visuele, auditieve en begripsmatige overeenstemming ervan te worden bepaald. De vergelijking dient gebaseerd te zijn op de door deze tekens opgeroepen totaalindruk. Bij de beoordeling speelt de perceptie van de tekens door de gemiddelde consument een doorslaggevende rol. De gemiddelde consument neemt een teken gewoonlijk waar als een geheel en let niet op de verschillende details ervan.⁴

26. In bepaalde omstandigheden kan de totaalindruk die een samengesteld teken bij het relevante publiek nalaat, weliswaar door een of meerdere bestanddelen ervan worden gedomineerd, maar de overeenstemming kan alleen op basis van het dominerende bestanddeel worden beoordeeld, wanneer alle andere bestanddelen van het teken te verwaarlozen zijn.⁵

27. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
	

Visuele vergelijking

28. Het ingeroepen merk is een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit vier gestileerde letters, te weten OPPO.

29. Het betwiste teken is eveneens een gecombineerd woord-/beeldmerk. Het teken bestaat uit vijf gestileerde letters, te weten OPPRO. De eerste twee letters, OP, zijn rood, de eerste P is daarnaast gestileerd met een +-teken en de laatste drie letters PRO zijn in het zwart weergegeven.

30. In het geval van gecombineerde woord-/beeldmerken hebben woordelementen vaak een grotere impact op de consument dan beeldelementen. Reden hiervoor is dat het publiek vaak naar merken verwijst door gebruik te maken van woordelementen in plaats van door een beschrijving te geven van beeldelementen.⁶ Hoewel de beeldelementen van het betwiste teken, te weten het gebruik van de rode gestileerde letters en het +-teken, door het publiek zullen worden opgemerkt, zal de aandacht van het publiek vooral uitgaan naar het woordelement OPPRO.

31. Het ingeroepen merk OPPO verschilt slechts één letter met het woordelement van het betwiste teken, OPPRO. Daarnaast zijn het begin en het eind van de tekens gelijk. Uitgaande van de totaalindruk van de tekens zijn de gelijkenissen naar het oordeel van het Bureau groter dan de verschillpunten.

³ HvJEU 4 maart 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, punt 57 (Equivalenza) en de daar genoemde rechtspraak.

⁴ HvJEU 4 maart 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, punt 58 (Equivalenza) en de daar genoemde rechtspraak.

⁵ HvJEU 22 oktober 2015, C-20/14, ECLI:EU:C:2015:714, punt 37 (BGW) en de daar genoemde rechtspraak.

⁶ Gerecht EU 9 november 2016, T-290/15, ECLI:EU:T:2016:651, punt 36 (Smarter Travel) en de daar genoemde rechtspraak.

32. Gelet op het voorgaande is het Bureau van oordeel dat de tekens in visueel opzicht in zekere mate overeenstemmen.

Auditieve vergelijking

33. Wat betreft de vergelijking op auditief vlak is van belang dat de auditieve weergave van een gecombineerd woord-/beeldmerk 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 naar het visuele aspect van het teken.⁷

34. In dit geval bestaan de woordbestanddelen van beide tekens uit twee lettergrepen, te weten OP-PO en OP-PRO. Deze tekens zijn naar het oordeel van het Bureau auditief qua ritme en lengte sterk overeenstemmend. De afwijkende letter R in het midden van het betwiste teken maakt de uitspraak een klein beetje anders.

35. Dat het betwiste teken door het publiek zal worden uitgesproken als OnePlus Protection, zoals verweerder stelt, is niet aangetoond en acht het Bureau niet aannemelijk.

36. Gelet op het voorgaande is het Bureau van oordeel dat de tekens in auditief opzicht overeenstemmen.

Begripsmatige vergelijking

37. Opposant stelt dat een begripsmatige vergelijking niet kan worden gemaakt omdat beide tekens geen betekenis hebben. Volgens verweerder heeft het betwiste teken echter wel een betekenis, omdat de aanvraag staat voor OnePlus PROtection.

38. Het Bureau is er niet van overtuigd dat het publiek de door verweerder genoemde betekenis in het betwiste teken zal herkennen. Het gaat om een niet bestaand woord OP-PRO waar de door verweerder genoemde betekenis OnePlus PROtection niet zonder meer uit blijkt. Dat verweerder dit beoogt te communiceren maakt niet dat het in aanmerking komend publiek dit ook zo zal begrijpen. Verweerder heeft ook niet aangetoond dat het publiek het betwiste teken in deze betekenis zal opvatten. Naar het oordeel van het Bureau zal het publiek het betwiste merk opvatten als een fantasiewoord. Ook het ingeroepen merk OPPO is een fantasiewoord. Dit laatste wordt door verweerder niet betwist.

39. Gelet op het voorgaande is het Bureau van oordeel dat een vergelijking op begripsmatig vlak niet aan de orde is.

Conclusie

40. De tekens stemmen visueel in zekere mate overeen. Auditief zijn de tekens overeenstemmend. Een begripsmatige vergelijking is niet aan de orde.

Vergelijking van de waren en diensten

41. 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.

⁷ Gerecht EU 21 april 2010, T-361/08, ECLI:EU:T:2010:152, punt 58 (Thai Silk).

Dat zijn onder meer hun aard, bestemming en gebruik, maar ook het concurrerend dan wel complementair karakter ervan.⁸

42. Bij de vergelijking van de waren en diensten worden de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register. Met feitelijk of beoogd gebruik wordt geen rekening gehouden.⁹

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

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
Uniemerkt 018246344 Klasse 9 Mobiele telefoons; Smartphones; Televisie-apparaten; Oortelefoons; Netwerkrouters; Intelligente brillen; Virtual reality headsets; Computers; Notebook computers; Elektronische tablets; Luidsprekerkasten; Hominioïde robots met kunstmatige intelligentie; Interactieve terminals met aanraakschermen/terminals met interactieve aanraakschermen; Multimedia-projectoren; Digitale projectors; Downloadbare applicatisoftware voor smartphones; Op het lichaam te dragen computers; Smartwatches.	Klasse 9 Hoesjes voor smartphones; Opladers voor smartphones; Waterdichte hoesjes voor smartphones; Hoesjes voor mobiele telefoons; Hoesjes van leder voor smartphones; Laadstations voor smartphones; Etuis voor smartphones; Hoezen voor smartphones; Draadloze oplaadpads voor smartphones; Joysticks aangepast voor smartphones; Elektrische voeding voor smartphones; Beschermende folie aangepast aan smartphones; Beeldschermbeschermers van gehard glas voor smartphones.
Uniemerkt 018005644 Klasse 9 Elektronische tablets; Geregistreerde computerprogramma's; Spelsoftware; Randapparatuur te gebruiken met computers; Computerprogramma's [te downloaden software]; Downloadbare applicatisoftware voor smartphones; Smartwatches; Slimme brillen; Interactieve terminals met aanraakschermen/terminals met interactieve aanraakschermen; Hominioïde robots met kunstmatige intelligentie; Op het lichaam te dragen computers; Software voor gebarenherkenning; Software voor virtuele werkelijkheidsspellen; Biometrische lezers; Telefaxapparatuur; Navigatie-instrumenten; Draagbare activiteitsmeters; Smartphones; Etuis voor smartphones; Beschermende folie aangepast aan smartphones; Hoezen voor smartphones; Koordjes voor mobiele telefoons; Toetsenborden voor smartphones; Draadloze luidsprekers voor persoonlijke netwerken; Draagbare mediaspelers; Oortelefoons; Onderwijsstoestellen; Videocamera's; Virtual reality headsets; Robots	

⁸ HvJEU 29 september 1998, C-39/97, ECLI:EU:C:1998:442, punt 23 (Canon).

⁹ Gerecht EU 16 juni 2010, T-487/08, ECLI:EU:T:2010:237, punt 71 (Kremezin).

<p>voor veiligheidsbewaking; Camera's; Selfie sticks; USB kabels; IC-chips; Touchpanels; Elektrische batterijen; Acculaders; Batterij-opladers; Voedingsbanken (stroom); Tekenfilms; Apparaten voor het analyseren van lucht; Meetapparaten; Biochips.</p>	
<p>Uniemerkt 018046556 Klasse 35 Reclame; Presentatie van goederen op communicatiemedia, voor verkoopdoeleinden; Promotie, online ten behoeve van computernetwerken en websites; Reclame via verzending van online reclame voor derden via elektronische communicatienetwerken; Verhuur van advertentieruimte op het Internet; Bedrijfsorganisatorische en -bestuurlijke advisering; Handelsinformatie via websites; Verschaffen van zakelijke informatie, ook via internet, het kabelnetwerk of andere vormen van gegevensoverdracht; Verkooppromotie voor derden via verspreiding en beheer van kaarten voor bevoorrechte gebruikers; Verkooppromotie [voor derden]; Detailhandel met betrekking tot smartphones; Ter beschikking stellen van online verkoopplaats voor kopers en verkopers van goederen en diensten; Import- en exportagentschappen; Advisering met betrekking tot personeel; Herhuisvesting voor bedrijven; Samenstellen van indexen over informatie voor commerciële of reclamedoeleinden; Updaten en onderhouden van gegevens uit elektronische gegevensbestanden; Boekhouding; Werving van sponsors; Detailhandels- of groothandelsdiensten in farmaceutische, veterinaire en hygiënische preparaten en medische hulpmiddelen.</p>	<p>Klasse 35 Detailhandel met betrekking tot smartphones.</p>

44. Verweerder betwist niet dat de waren en diensten in klasse 9 en 35 van de ingeroepen merken identiek en deels overeenstemmend zijn aan de waren en diensten in klasse 9 en 35 waarvoor het betwiste teken is aangevraagd, zoals opposant heeft gesteld. Gelet op het beginsel van hoor en wederhoor (artikel 1.16, lid 1 BVIE, regel 1.21 UR) is het oppositieonderzoek beperkt tot de door partijen aangevoerde argumenten, feiten en bewijsmiddelen. Het Bureau gaat er derhalve vanuit dat de waren en diensten identiek en deels overeenstemmend zijn, nu de gemotiveerde stelling van de opposant daartoe door verweerder niet is betwist.

Globale beoordeling

45. Voor de globale beoordeling moet worden uitgegaan van de gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument van de betrokken waren of diensten. Er dient evenwel rekening mee te worden gehouden, dat de gemiddelde consument slechts zelden de mogelijkheid heeft, verschillende merken rechtstreeks met elkaar te vergelijken, doch aanhaakt bij het onvolmaakte beeld dat bij hem is achtergebleven. Ook dient er rekening mee te worden gehouden dat het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naar gelang van de soort waren of diensten waarom het gaat.¹⁰ In dit geval is het Bureau met verweerder van oordeel dat het relevante publiek een iets hoger dan normaal aandachtsniveau heeft. De waren in klasse 9 worden niet dagelijks afgenomen en daarvoor geldt dan ook een verhoogd aandachtsniveau. De diensten in klasse 35 zien op de genoemde waren in klasse 9 en ook daarvoor geldt naar het oordeel van het Bureau een iets hoger dan normaal aandachtsniveau.¹¹

46. 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.¹² In dit geval gaat het Bureau uit van een normaal onderscheidend vermogen van het ingeroepen merk, nu het geen kenmerk van de betrokken waren en diensten omschrijft.

47. De globale beoordeling van het verwarringsgevaar veronderstelt een zekere onderlinge samenhang tussen de in aanmerking te nemen factoren, met name tussen de overeenstemming van de conflicterende tekens 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 tekens, en omgekeerd.¹³

48. In dit geval is er sprake van een zekere mate van visuele overeenstemming tussen de conflicterende tekens. Auditief zijn de tekens overeenstemmend. De betrokken waren zijn identiek en deels overeenstemmend. Op basis van deze en de hiervoor genoemde andere factoren, en gelet op hun onderlinge samenhang, is het Bureau van oordeel dat er sprake is van verwarringsgevaar in die zin dat het publiek kan menen dat de door het ingeroepen merk aangeduide waren en die waarop het betwiste teken betrekking heeft, van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn.

B. Conclusie

49. Op grond van het voorgaande komt het Bureau tot het oordeel dat er gevaar voor verwarring bestaat.

IV. BESLUIT

50. De oppositie met nummer 2016779 wordt toegewezen.

51. De Benelux aanvraag met nummer 1431232 wordt niet ingeschreven.

¹⁰ HvJEU 22 juni 1999, C-342/97, ECLI:EU:C:1999:323, punt 26 (Lloyd Schuhfabrik Meyer).

¹¹ Vgl. BBIE 31 maart 2022, no. 2014484, punt 51 (MAC/SERVIMAC).

¹² HvJEU 29 september 1998, C-39/97, ECLI:EU:C:1998:442, punt 18 (Canon).

¹³ HvJEU 4 maart 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, punt 59 (Equivalenza) en de daar genoemde rechtspraak.

52. 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, 24 juni 2022



Marjolein Bronneman

Pieter Veeze

Camille Janssen

Administratieve behandelaar:
Guy Abrams