

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2016835
van 22 juni 2022

Opposant: **ANWB Retail B.V.**
Daltonstraat 21
3846 BX Harderwijk
Nederland

Gemachtigde: **NLO Shieldmark B.V.**
New Babylon City Offices
Anna van Buerenplein 21A
2595 DA Den Haag
Nederland

Ingeroepen merk I: **Benelux inschrijving 600406**

HUMAN NATURE

Ingeroepen merk II: **Benelux inschrijving 973778**



tegen

Verweerder: **Joash Tweed**
Banniersborg 33 A
6228 AS Maastricht
Nederland

Betwiste teken: **Benelux aanvraag 1430289**

HUMANE

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 30 november 2020 heeft verweerder een Benelux aanvraag verricht van het woordmerk HUMANE voor waren in de klassen 18 en 25.

De aanvraag is onder nummer 1430289 in behandeling genomen en gepubliceerd op 20 januari 2021.

2. Op 22 maart 2021 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze aanvraag. De oppositie is gebaseerd op de volgende oudere merken:

- Benelux inschrijving 600406 van het woordmerk HUMAN NATURE, ingediend op 2 augustus 1996 en ingeschreven op 1 augustus 1997 voor waren en diensten in de klassen 3, 9, 18, 25, 29, 30, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 39, 42, 43 en 44.
- Benelux inschrijving 973778 van het volgende gecombineerde woord-/beeldmerk, ingediend op 26 maart 2015 en ingeschreven op 30 juni 2015 voor waren in klassen 9, 18, 20, 21, 22, 24, 25 en 28:



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

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren van het betwiste teken en was aanvankelijk gebaseerd op alle waren en diensten van de ingeroepen oudere merken. Bij het indienen van zijn argumenten heeft opposant de oppositie beperkt tot de waren in klasse 18 en 25 waarvoor de ingeroepen merken zijn ingeschreven.

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 24 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 27 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 is een dochteronderneming van ANWB B.V. ANWB B.V. is een vereniging die actief is voor haar leden op het gebied van mobiliteit, vakantie en vrije tijd. Opposant is verantwoordelijk voor de ANWB-winkels, de producten, het Leden Service Centrum en de webshop. Opposant stelt dat het HUMAN NATURE merk en daarbij behorende logo tot zijn bekendste merken behoren. Het merk bestaat al 25 jaar en staat voor producten die onmisbaar zijn voor een leven 'outdoor'.

10. Opposant benadrukt voor wat betreft de visuele vergelijking dat in het ingeroepen woord-/beeldmerk de woorden HUMAN NATURE de meest onderscheidende en dominante positie in het merk innemen. De betwiste aanvraag HUMANE bevat, in dezelfde volgorde, alle letters van het eerste deel van de ingeroepen merken, te weten HUMAN. De tekens hebben volgens opposant een overeenstemmende structuur en er is slechts één afwijkende letter die bovendien aan het eind staat. Het enkele verschil betreft de laatste letter E. Dit verschil is dusdanig klein dat dit niet opweegt tegen de sterke overeenstemming als gevolg van de 5 identieke letters.

11. Wat betreft de auditieve vergelijking merkt opposant op dat de lettergrepen, hun specifieke volgorde en de klemtoon de belangrijkste elementen zijn voor het bepalen van de algemene fonetische indruk. Voor de ingeroepen merken geldt dat het eerste woord HUMAN wordt uitgesproken in twee lettergrepen: HU-MAN. Dat geldt evenzo voor de betwiste aanvraag HU-MANE, waarbij de klemtoon in beide tekens op de eerste lettergreep ligt. De laatste letter E heeft nauwelijks impact op het geheel. De woorden stemmen dan ook fonetisch in grote mate overeen.

12. Omdat de consument in beginsel meer belang hecht aan het eerste deel van een merk, wat het gevolg is van het feit dat het publiek van links naar rechts leest, trekt het woord dat links (als eerste) staat de meeste aandacht. Voor de ingeroepen merken betekent dit dat de nadruk ligt op het woord HUMAN. Het feit dat de ingeroepen merken mede uit het secundaire woord NATURE bestaan leidt niet tot dusdanige visuele en auditieve verschillen dat als gevolg daarvan sprake zou zijn van een afwijkende totaalindruk. Daarbij is van belang dat NATURE een zwak onderscheidend vermogen heeft, aangezien het verwijst naar een kenmerk van het productassortiment (producten te gebruiken in de natuur, 'outdoor').

13. Volgens opposant stemmen de tekens begripsmatig eveneens overeen, nu deze verwijzen naar 'menselijk' of 'menselijkheid', 'betrekking hebben op de mensheid'. Het gemiddelde, kleding kopende, Benelux publiek, dat bekend is met de Engelse taal, zal deze overeenstemmende betekenis begrijpen.

14. Alle producten in de aangevraagde klassen 18 en 25 zijn volgens opposant identiek, dan wel sterk soortgelijk aan de producten in klassen 18 en 25 van de oudere inschrijvingen.

15. Opposant meent dat moet worden uitgegaan van een normaal aandachtsniveau van het publiek gezien de betrokken producten. Zowel voor kleding als paraplu's, portemonnees en tassen geldt dat het courante, althans regelmatig terugkerende, aankopen betreft.

16. Opposant concludeert dat aangezien de totaalindruk van de merken overeenstemt en de betreffende producten identiek dan wel in hoge mate soortgelijk zijn, het relevante publiek gemakkelijk zal kunnen veronderstellen dat de onder de tekens aangeboden producten van dezelfde onderneming of van economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn, waarmee verwarringsgevaar een feit is.

B. Reactie verweerder

17. Verweerder voert aan dat het argument van opposant wat betreft de visuele vergelijking niet slaagt, omdat er geen vergelijking is gemaakt met de werkelijk gebruikte HUMANE tekens/logo's. Volgens

verweerder zal gelet op die gebruikte tekens op geen enkele manier sprake zijn van een vermoeden tot of werkelijk bestaan van een rechtstreeks verband met het teken (of de producten) van HUMAN NATURE.

18. Volgens verweerder zal het merk HUMAN NATURE in de perceptie van het publiek nooit enkel bekend zijn aan de hand van alleen het eerste woordbestanddeel HUMAN. Ook met betrekking tot de op gestileerde wijze weergegeven letters HN ontkomt men er niet aan het merk in de gezamenlijkheid van beide letters te zien en ernaar te verwijzen, aldus verweerder.

19. Verweerder voert aan dat opposant in het geheel voorbij gaat aan het feit dat de fonetische klank van de bestreden woordbestanddelen in de Engelse taal heel anders wordt uitgesproken. In de Engelse uitspraak zit er een zeer duidelijk verschil in de uitspraak van de A die in HUMAN anders wordt uitgesproken dan in HUMANE. Dit maakt ook nog eens dat de laatste lettergreep in HUMANE fonetisch volledig anders klinkt ten opzichte van HUMAN. Daarbovenop zit er een fonetisch verschil in de E die in HUMANE wel aanwezig is en in HUMAN niet.

20. Wat betreft de begripsmatige vergelijking merkt verweerder op dat mensen uniek zijn in hun doen en denken. Het woord HUMANE ofwel 'menschelijkheid' wekt dan ook bij iedere persoon andere gevoelens, connecties en conclusies op.

21. Verweerder voert verder aan dat HUMANE niet enkel in Europa opereert, maar ook kleding verkoopt in het Caribisch gebied en in enkele Afrikaanse landen. Verweerder wijst er ook op dat HUMANE alledaagse kleding verkoopt, terwijl ANWB Retail B.V. zich specifiek op outdoor kleding richt. HUMAN heeft dan ook een geheel ander publiek en daarmee een andere klantenkring dan HUMAN NATURE. HUMAN NATURE is volgens verweerder bovendien een weinig differentiërend product. Er worden ook koelboxen onder het merk aangeboden. Het is dan ook allesbehalve aannemelijk dat het merk HUMAN NATURE met zijn extreem uitgebreide assortiment aan producten enkel als kledingmerk gezien kan worden, aldus verweerder.

22. Verweerder concludeert dat de totaalindruk van de tekens niet overeenstemmend is en verzoekt de merkaanvraag HUMANE toe te wijzen.

III. BESLISSING

A. Verwarringsgevaar

23. 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.

24. 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

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.

25. 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

26. 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, 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

27. Het Bureau zal hierna eerst overgaan tot beoordeling van het verwarringsgevaar op basis van de ingeroepen Benelux inschrijving 600406 van het woordmerk HUMAN NATURE.

Vergelijking van de tekens

28. 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

29. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
HUMAN NATURE	HUMANE

Visuele vergelijking

30. Het ingeroepen merk is een zuiver woordmerk, bestaande uit twee woorden van respectievelijk vijf en zes letters, te weten HUMAN en NATURE.

31. Het betwiste teken is eveneens een zuiver woordmerk. Het teken bestaat uit één woord van zes letters, te weten HUMANE.

32. Het Bureau is van oordeel dat in het ingeroepen merk het onderdeel HUMAN het meest opvalt. De consument hecht immers in beginsel meer belang aan het eerste deel van een teken.⁵

33. Het onderdeel HUMAN komt volledig en in identieke volgorde in het betwiste teken terug. Een verschil is de uitgang E in het betwiste teken. Daarnaast bevat het betwiste teken niet het onderdeel NATURE. Uitgaande van de totaalindruk van de tekens zijn de gelijkenissen naar het oordeel van het Bureau groter dan de verschilpunten.

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

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 Gerecht EU 17 maart 2004, T-183/02 en T-184/02, ECLI:EU:T:2004:79, punt 81 (Mundicor).

34. Gelet op het voorgaande is het Bureau van oordeel dat de tekens in visueel opzicht in zekere mate overeenstemmen.⁶

Auditieve vergelijking

35. Wat betreft de vergelijking op auditief vlak is van belang dat het ingeroepen merk uit vier lettergrepen bestaat (HU-MAN NA-TURE) en het betwiste teken uit twee lettergrepen (HU-MANE). De uitspraak van de merken is daardoor in lengte en ritme verschillend.

36. Het Bureau is daarnaast met verweerder van oordeel dat de A in beide tekens op een verschillende wijze wordt uitgesproken, waardoor de tweede lettergreep van de merken fonetisch anders klinkt.

37. De eerste lettergreep van de tekens, te weten HU, waarop bij de uitspraak de nadruk zal liggen, is echter overeenstemmend.

38. Gelet op het voorgaande is het Bureau van oordeel dat de merken op auditief vlak in zekere mate overeenstemmen.⁷

Begripsmatige vergelijking

39. Opposant wijst erop dat de tekens begripsmatig overeenstemmen, nu de merken beide verwijzen naar 'menselijk' of menselijkheid', 'betrekking hebben op de menselijkheid'. Verweerder betwist niet dat de tekens beide verwijzen naar 'menselijkheid', maar voert aan dat dit woord bij iedere persoon andere gevoelens, connecties en conclusies opwekt.

40. In dit geval is *in confesso* dat HUMAN verwijst naar 'menselijk'. Dat dit woord bij iedere persoon andere gevoelens, connecties en conclusies opwekt, doet aan de gemeenschappelijke betekenis van het woord HUMAN niet af. Nu beide merken het woord HUMAN bevatten, is er in zoverre sprake van begripsmatige overeenstemming.

41. Gelet op het voorgaande is het Bureau van oordeel dat de merken op begripsmatig vlak in zekere mate overeenstemmen.⁸

Conclusie

42. De tekens stemmen visueel, auditief en begripsmatig in zekere mate overeen.

Vergelijking van de waren en diensten

43. 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.⁹

⁶ Vgl. BBIE 24 september 2009, No 2002517, punt 36 (Human Nature/Hu-man).

⁷ Vgl. BBIE 24 september 2009, No 2002517, punt 40 (Human Nature/Hu-man).

⁸ Vgl. BBIE 24 september 2009, No 2002517, punt 43 (Human Nature/Hu-man).

⁹ HvJEU 29 september 1998, C-39/97, ECLI:EU:C:1998:442, punt 23 (Canon).

44. De te vergelijken waren zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
Klasse 18 Leder en kunstleder en hieruit vervaardigde producten voor zover niet begrepen in andere klassen, te weten lederen of kunstlederen portemonnees, lederen of kunstlederen tassen, rugzakken (geheel of hoofdzakelijk van leder gemaakt), lederen of kunstlederen heuptassen, lederen of kunstlederen bagagelabels, lederen of kunstlederen portemonnees, lederen of kunstlederen portefeuilles en lederen of kunstlederen paspoorthouders; dierenhuiden; reiskoffers en koffers; paraplu's, parasols en wandelstokken; zweepen en zadelmakerswaren.	Class 18 Leather and imitations of leather; trunks and suitcases; bags, handbags, cases, purses and wallets, pouches, backpacks, passport holders; umbrellas. <i>Leder en kunstleder; reiskoffers en koffers; tassen, handtassen, aktentassen, portemonnees en portefeuilles, buidels, rugzakken, paspoort houders; paraplu's.</i>
Klasse 25 Kledingstukken; schoeisel; hoofddeksels.	Class 25 Clothing; Footwear; Headwear; Belts[clothing]. <i>Kleding; Schoeisel; Hoofddeksels; Ceintuurs.</i>
	<i>NB. De warenlijst van deze inschrijving is in het Engels. De Nederlandse vertaling is uitsluitend ten behoeve van de leesbaarheid van deze beslissing toegevoegd.</i>

45. Verweerder betwist niet dat de waren in klasse 18 en 25 van het ingeroepen merk identiek dan wel sterk overeenstemmend zijn aan de waren in klasse 18 en 25 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 daarom vanuit dat de waren identiek dan wel sterk overeenstemmend zijn, nu de gemotiveerde stelling van de opposant daartoe door verweerder niet is betwist.

46. Dat verweerder feitelijk andere producten verkoopt dan opposant en zich ook op andere klanten en markten richt, zoals verweerder aanvoert, speelt bij de vergelijking van de waren en diensten in het kader van een oppositieprocedure geen rol. 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.¹⁰

Globale beoordeling

47. 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

¹⁰ Gerecht EU 16 juni 2010, T-487/08, ECLI:EU:T:2010:237, punt 71 (Kremezin).

gemiddelde consument kan variëren naar gelang van de soort waren of diensten waarom het gaat.¹¹ In dit geval gaat het Bureau met opposant uit van een normaal aandachtsniveau van het publiek. De waren in kwestie zijn gericht op een groot en gevarieerd publiek waarvan niet kan worden gesteld dat het aandachtsniveau zal afwijken van de gemiddelde consument.

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.¹² In dit geval gaat het Bureau uit van een normaal onderscheidend vermogen van het ingeroepen merk. Een verruimde beschermingsomvang wegens bekendheid is niet aangetoond.¹³

49. 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.¹⁴

50. In dit geval is er sprake van een zekere mate van visuele, auditieve en begripsmatige overeenstemming tussen de conflicterende tekens en zijn de betrokken waren identiek dan wel sterk 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

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

52. Aangezien de oppositie reeds dient te worden toegewezen op grond van verwarringsgevaar ten aanzien van het ingeroepen woordmerk, kan een beoordeling ten aanzien van het ingeroepen woord-/beeldmerk achterwege blijven.

IV. BESLUIT

53. De oppositie met nummer 2016835 wordt toegewezen.

54. De Benelux aanvraag met nummer 1430289 wordt niet ingeschreven.

55. 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.

¹¹ HvJEU 22 juni 1999, C-342/97, ECLI:EU:C:1999:323, punt 26 (Lloyd Schuhfabrik Meyer).

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

¹³ Vgl. BBIE 24 september 2009, No 2002517, punt 57 (Human Nature/Hu-man).

¹⁴ HvJEU 4 maart 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, punt 59 (Equivalenza) en de daar genoemde rechtspraak.

Den Haag, 22 juni 2022



Marjolein Bronneman
(rapporteur)

Pieter Veeze

Camille Janssen

Administratieve behandelaar: Guy Abrams