

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2017159
van 23 augustus 2022

Opposant: **Batavia Stad Outlet Shopping B.V.**
Bataviaplein 60
8242 PN Lelystad
Nederland

Gemachtigde: **de Merkplaats B.V.**
Herengracht 227
1016 BG Amsterdam
Nederland

Ingeroepen merk 1: **Benelux inschrijving 967181**

BATAVIA

Ingeroepen merk 2: **Europese inschrijving 13722351**

BATAVIA STAD

tegen

Verweerder: **Ugur Mamak h.o.d.n. Batavi watches**
Van Breestraat 178
5012 KC Tilburg
Nederland

Gemachtigde: -

Betwiste teken: **Benelux aanvraag 1440458**

Batavi Amsterdam

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 12 april 2021 heeft verweerder een Benelux aanvraag verricht van het woordmerk Batavi Amsterdam voor waren in klasse 14. De aanvraag is onder nummer 1440458 in behandeling genomen en gepubliceerd op 18 mei 2021.
2. Op 7 juli 2021 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze aanvraag. De oppositie is gebaseerd op de volgende oudere merken:
 - Benelux inschrijving 967181 van het woordmerk BATAVIA, ingediend op 25 november 2014 en ingeschreven op 28 augustus 2017 voor waren in de klassen 3, 9, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 29, 30, 32 en 33 en diensten in de klassen 35, 36, 41 en 43;
 - Europese inschrijving 13722351 voor het woordmerk BATAVIA STAD, ingediend op 9 februari 2015 en ingeschreven op 9 oktober 2016 voor waren in klasse 25 en diensten in klassen 35, 36 en 41.
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 is gebaseerd op alle waren en diensten van de ingeroepen 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 8 juli 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 17 januari 2022.

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 het betwiste teken en van de waren of diensten in kwestie.

A. Argumenten opposant

9. Opposant merkt ten aanzien van het betwiste teken op dat het dominerende en onderscheidende element "Batavi" is, aangezien het element "Amsterdam" slechts een beschrijvende toevoeging is. De betrokken tekens hebben de eerste 7 letters gemeen en zijn voor wat het eerste en dominerende gedeelte nagenoeg identiek, namelijk "BATAVIA" en "BATAVI". De betrokken tekens zijn visueel en auditief gezien dan ook in hoge mate overeenstemmend. Begripsmatig stemmen de betrokken tekens overeen. De elementen "stad" en "Amsterdam" zijn begripsmatig namelijk identiek nu Amsterdam een stad is.

10. Ten aanzien van de vergelijking van de waren en diensten merkt opposant op dat de waren in klasse 14 van het ingeroepen Benelux merk en het betwiste teken identiek zijn, en dat deze waren complementair zijn aan de diensten "*detailhandels- en groothandelsdiensten op het gebied van consumentenproducten, namelijk..... mode en -accessoires*" in klasse 35 van de ingeroepen merken.

11. Gelet op al het voorgaande bestaat er volgens opposant gevaar voor verwarring bij het publiek in de zin van artikel 2.2ter, lid 1, sub b BVIE. Opposant vraagt daarom afwijzing van inschrijving van het betwiste teken met veroordeling van de deposant in de kosten van deze oppositie.

B. Reactie verweerder

12. Verweerder begint met een toelichting op de activiteiten van verweerder en opposant. Verweerder is een horlogemerkt dat gevestigd is in Tilburg. Batavi watches Amsterdam heeft de naam van het "Batavi" volk dat in opstand kwam tegen hun machtige onderdrukkers. Batavi betekent "goed" of "de beste". Amsterdam is de stad waar het merk Batavi watches Amsterdam is ontstaan. In de horlogewereld is het benoemen van de stad waar het merk uit afkomstig is, een traditie. Dit is daardoor ook aangebracht op de wijzerplaten van Batavi watches Amsterdam. Door "Batavi Amsterdam" vast te leggen als merk wil verweerder plagiaat voorkomen. De website van verweerder is in het Engels en gericht op de internationale markt. De klanten komen voor 80% van buiten Europa en van de resterende 20% uit Europa beslaat 5% klanten uit Nederland.

13. Opposant is een fashion "outlet" met diverse mode, cosmetica, en interieurmerken, zijnde collecties van (inter)nationale premium merken met meer dan 150 winkels, gelegen aan het IJsselmeer in Lelystad. De outlet is genoemd naar het schip "de Batavia" uit 1628, waarvan een replica nabij is afgemeerd bij de Bataviawerf.

14. Ten aanzien van de vergelijking van de ingeroepen merken en het betwiste teken meent verweerder dat deze niet overeenstemmen. "Batavi Amsterdam" bestaat uit 15 letters en "Batavia" uit 7 letters en "Batavia Stad" uit 11 letters. Het woord "Batavi" wordt door opposant in diens argumenten uit de context gehaald om meer gelijkenis te tonen met "Batavia Stad", terwijl het betwiste teken bestaat uit "Batavi Amsterdam". De namen "Batavi Amsterdam" en "Batavia Stad" komen dus niet met elkaar overeen, ze dragen immers beide een eigen betekenis.

15. Auditief gezien meent verweerder dat "Batavi Amsterdam" en "Batavia Stad" geen overeenstemming hebben anders dan het woord "Batavi". Het betwiste teken is echter "Batavi Amsterdam" en de elementen "Batavi" en "Amsterdam" kunnen niet los van elkaar worden zien. De betrokken tekens en de uitspraak daarvan zijn niet identiek.

16. Ten aanzien van de begripsmatige vergelijking merkt verweerder in reactie op de argumenten van opposant op dat de term "Stad" in "Batavia Stad" op een plek en/of verzameling gebouwen en merken duidt, en niet op de stad of woord "Amsterdam". Daardoor is er geen enkele overeenstemming tussen "Amsterdam" en het begrip "Stad".

17. Verweerder merkt ook op dat het betwiste teken zich meer richt op exclusiviteit, terwijl het bij opposant gaat om massaconsumptie van grotere merken, zodat van verwarringsgevaar geen sprake is.

18. Verder worden horloges van verweerder exclusief voor verweerder ontworpen en worden deze ook niet verkocht in de outlet van opposant. Ook andersom is dat niet het geval. Door het ontwerpen en het op de markt zetten van "Batavi Amsterdam" horloges wordt geen voordeel getrokken uit of afbreuk gedaan aan het onderscheidend vermogen of reputatie van het merk "Batavia Stad" in de zin van sub c van artikel

2:20 BVIE. Nu de ingeroepen merken en het betwiste teken niet gelijk zijn, is daarnaast eveneens geen sprake van inbreuk op grond van sub a van artikel 2:20 BVIE.

19. Batavia Stad is in heel Nederland bekend als "outlet" met meerdere winkels van bekende merken gelegen aan het Markermeer in Lelystad. Door het gebruik van het betwiste teken "B A T A V I" zal het publiek niet in verwarring raken en ruim 140 km naar Tilburg rijden voor een outletbezoek. Bovendien wijken beide handelsnamen erg van elkaar af en hierdoor is het onmogelijk om tot verwarringsgevaar bij het publiek te leiden en/of verwarringsgevaar te veroorzaken. De activiteiten van beide ondernemers zijn niet vergelijkbaar en zelfs de grootte van de ondernemingen is niet te vergelijken met elkaar. Het publiek is deskundig en dus goed in staat beide bedrijven uit elkaar te houden. Een simpele zoekopdracht op Google zal ook meteen helderheid geven in deze kwestie. Bij het intypen van "Batavi Amsterdam" komt men meteen bij de website van Batavi watches Amsterdam met duidelijk beeldmateriaal van het merk, aldus verweerder.

20. De totaalindrukken van de ingeroepen merken en het betwiste teken liggen erg uit elkaar en er is dus geen sprake van overeenstemming. Ook zijn er meerdere ondernemingen met de naam "Batavi" zoals blijkt uit de KvK en zowel de websites als de logo's van betrokken partijen komen niet overeen.

21. Verweerder concludeert dat er geen sprake kan zijn van verwarringsgevaar.

III. BESLISSING

A. 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: [...] 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

24. 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

25. 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

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 Uniemerk.

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.

Vergelijking van de tekens

26. 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

27. 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

28. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
BATAVIA BATAVIA STAD	Batavi Amsterdam

Visuele vergelijking

29. De ingeroepen merken zijn zuivere woordmerken, net zoals het betwiste teken. Om die reden dient er opgemerkt te worden dat voor de visuele vergelijking van deze merken in beginsel niet relevant is dat de ingeroepen merken in hoofdletters zijn weergegeven en het betwiste teken in hoofd- en kleine letters.⁶ Aan het element "Batavi" zal door de consument het meeste belang worden gehecht nu dit aan het begin van het betwiste teken staat.⁷ Het element "Amsterdam" zal - zoals ook door verweerder zelf opgemerkt (zie punt 12) - door de consument worden opgevat als aanduiding van de stad waarvan het merk afkomstig is en is daarmee beschrijvend van aard. Het publiek zal over het algemeen een beschrijvend bestanddeel van een samengesteld merk niet beschouwen als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit merk opgeroepen totaalindruk.⁸

30. Het is dan ook juist het eerste en meer dominante element van het betwiste teken dat nagenoeg identiek is aan (het begin van) de ingeroepen merken. In het geval van het ingeroepen merk "BATAVIA" komen maar liefst zes van de zeven letters van dat ingeroepen merk op identieke wijze terug in het betwiste teken. Het feit dat het ingeroepen merk "BATAVIA STAD" het element "STAD" bevat en het betwiste teken het element "Amsterdam" doet aan de overeenstemming die voortvloeit uit het vrijwel identieke begin van de betrokken tekens niet af.

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 31 januari 2013, T-66/11, ECLI:EU:T:2013:48, punt 57 (Badibu).

⁷ Gerecht EU 17 maart 2004, T-183/02-T-184/02, ECLI:EU:T:2004:79, punt 81 (Mundicor).

⁸ Gerecht EU 3 juli 2003, T-129/01, ECLI:EU:T:2003:184, punt 53 (Budmen).

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

Auditieve vergelijking

32. De ingeroepen merken worden uitgesproken als "ba-taa-vie-ja" en "ba-taa-vie-jaa-stad". Het betwiste teken wordt uitgesproken "ba-taa-vie". Dat betekent dat de eerste drie lettergrepen van het betwiste teken identiek zijn aan de eerste drie lettergrepen van de ingeroepen merken. Dat is bijzonder relevant nu, zoals reeds opgemerkt, de consument over het algemeen juist aan het begin van tekens het meest belang hecht.⁹ Het feit dat het ingeroepen merk "BATAVIA STAD" het element "STAD" bevat en het betwiste teken het element "Amsterdam" doet aan de overeenstemming die voortvloeit uit het vrijwel identieke begin van de betrokken tekens niet af, zeker niet nu – zoals reeds opgemerkt – het element "Amsterdam" zal worden opgevat als een beschrijvend en daarmee niet dominant element.

33. Gelet op het voorgaande is het Bureau van oordeel dat de tekens op auditief vlak overeenstemmen.

Begripsmatige vergelijking

34. Het ingeroepen merk "BATAVIA" zal door ten minste een deel van het in aanmerking komend publiek worden opgevat als de naam van de hoofdstad van voormalig Nederlands-Indië, of als de naam van een bekend VOC-schip.¹⁰ Nu het ingeroepen merk "BATAVIA STAD" ook het element "STAD" bevat, zal dat deel van het publiek dat de betekenis van BATAVIA zoals voorgaand besproken kent, er de betekenis aan toekennen van de hoofdstad van voormalig Nederlands-Indië (nu het element "STAD" meteen laat zien dat het gaat om een (hoofd)stad). Voor dat deel van het publiek dat aan "BATAVIA" geen betekenis toekent, hebben beide ingeroepen merken geen betekenis, omdat noch het element "BATAVIA", noch de samenvoeging van de elementen "BATAVIA" en "STAD" een voor dat publiek vaststaande betekenis heeft.

35. Het element "Batavi" in het betwiste teken heeft geen betekenis voor het relevante publiek, al is niet uit te sluiten dat een deel van het publiek zal menen dat "Batavi" een verwijzing is naar "BATAVIA". Dat maakt echter niet dat sprake is van een voor het publiek kenbare en vaststaande betekenis zoals die onder punt 34 is besproken ten aanzien van het element "BATAVIA". Het element "Amsterdam" is bij het relevante publiek bekend als de hoofdstad van Nederland. De combinatie van de elementen "Batavi" en "Amsterdam" heeft hoe dan ook geen vaststaande betekenis voor het relevante publiek, zodat het betwiste teken een begripsmatige betekenis ontbeert.

36. Gelet op het voorgaande is het Bureau van oordeel dat de conflicterende tekens voor ten minste een deel van het publiek – dat deel dat de betekenis van "BATAVIA" kent - begripsmatig verschillen. Voor dat deel van het publiek dat aan "BATAVIA" geen betekenis toekent, is een begripsmatige vergelijking niet mogelijk.

Conclusie

37. De betrokken tekens stemmen visueel en auditief overeen. Begripsmatig verschillen de conflicterende tekens voor ten minste een deel van het publiek, terwijl voor het overige deel van het publiek een begripsmatige vergelijking niet mogelijk is.

⁹ Gerecht EU 17 maart 2014, T-183/02-T-184/02, ECLI:EU:T:2004:79 (Mundicor).

¹⁰ BBIE 6 april 2017, 2010638, BATA/ BATAVIA, punt 30.

Vergelijking van de waren en diensten

38. 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.¹¹

39. Hoewel opposant zich heeft beroepen op alle waren en diensten van de ingeroepen merken, heeft opposant de soortgelijkheid enkel toegelicht met betrekking tot de waren in klasse 14 en de diensten "Detailhandels- en groothandelsdiensten op het gebied van consumentenproducten, namelijk mode en -accessoires" in klasse 35 van de Benelux inschrijving. In dat licht en in het kader van de leesbaarheid van deze beslissing worden enkel die waren en diensten hieronder weergegeven.

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

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
Benelux inschrijving 967181 KL 14 Edele metalen en hun legeringen en producten hieruit vervaardigd of hiermee bedekt, voor zover niet begrepen in andere klassen, waaronder amuletten, sieraden, sieraden van edel metaal; uurwerken, armbanden, polshorloges, horlogebanden, hangertjes, broches, halskettingen, bijoutherieën, juwelierswaren, medaillons, parels, ringen, juwelenkistjes, oorbellen	KL 14 Horloges; Horloges voor duikers; Horloges met automatische timer; Horloges voor gebruik buitenshuis; Horloges (Mechanische -) met handmatige opwinding; Horloges vervaardigd uit edele metalen of hiermee bedekt; Klassieke horloges; Etuis voor horloges; Mechanische horloges; Mechanische horloges met automatische opwinding; Automatische horloges; Bandjes voor horloges; Chronografen [horloges]; Armbanden en horloges gecombineerd.
Benelux inschrijving 967181 KL 35 Detailhandels- en groothandelsdiensten op het gebied van consumentenproducten, namelijk mode en -accessoires.	

41. Verweerder betwist de stellingen van opposant over de soortgelijkheid van de betrokken waren en diensten niet, anders dan op te merken dat de betrokken tekens worden gebruikt voor andere waren. Bij de vergelijking van de waren en diensten worden echter de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register. Met feitelijk of beoogd gebruik wordt dan ook geen rekening gehouden.¹² In het licht hiervan en gelet op het beginsel van hoor en wederhoor (artikel 1.16, lid 1 BVIE, regel 1.21 UR), waardoor het oppositieonderzoek is beperkt tot de door partijen aangevoerde argumenten, feiten en bewijsmiddelen, gaat het Bureau er derhalve vanuit dat de waren en diensten identiek zijn. De gemotiveerde stelling van de opposant daartoe is door verweerder niet op afdoende wijze betwist.

Globale beoordeling

¹¹ HvJEU 29 september 1998, C-39/97, ECLI:EU:C:1998:442, punt 23 (Canon).

¹² Gerecht EU 16 juni 2010, T-487/08, ECLI:EU:T:2010:237, punt 71 (Kremezin).

42. 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.¹³ In dit geval gaat het Bureau ervanuit dat de betrokken waren en diensten zijn gericht op het grote publiek dat een gemiddeld aandachtsniveau heeft.

43. 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.¹⁴ In dit geval gaat het Bureau uit van een normaal onderscheidend vermogen van de ingeroepen merken, nu de ingeroepen merken geen kenmerk van de betrokken waren en diensten omschrijven.

44. 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.¹⁵

45. In dit geval is er sprake van visuele en auditieve overeenstemming tussen de conflicterende tekens; op begripsmatig vlak verschillen zij voor ten minste een deel van het publiek, terwijl voor het overige deel van het publiek een begripsmatige vergelijking niet mogelijk is. De betrokken waren en diensten zijn identiek. 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 de ingeroepen merken aangeduide waren en diensten en die waarop het betwiste teken betrekking heeft, van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn.

B. Overige factoren

46. Verweerder meent dat er (mede) geen verwarring kan ontstaan omdat de activiteiten van partijen verschillen, zij zich op een andere markt/ publiek richten en het gebruik van de betrokken tekens erg verschilt. Met het feitelijk gebruik van de betrokken tekens kan in het kader van een oppositieprocedure echter geen rekening worden gehouden, aangezien de vergelijking van de tekens 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.¹⁶

C. Conclusie

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

¹³ HvJEU 22 juni 1999, C-342/97, ECLI:EU:C:1999:323, punt 26 (Lloyd Schuhfabrik Meyer).

¹⁴ HvJEU 29 september 1998, C-39/97, ECLI:EU:C:1998:442, punt 18 (Canon).

¹⁵ HvJEU 4 maart 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, punt 59 (Equivalenza) en de daar genoemde rechtspraak.

¹⁶ HvJEU 15 maart 2007, C-171/06 P, ECLI:EU:C:2007:171, punt 59 (Quantum).

IV. BESLUIT

48. De oppositie met nummer 2017159 wordt toegewezen.
49. De Benelux aanvraag met nummer 1440458 wordt niet ingeschreven.
50. 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 augustus 2022



Pieter Veeze

Saskia Smits

Marjolein Bronneman

Administratieve behandelaar:
Raphaëlle Gerard