

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2018662
van 19 april 2024

Opposant: **Jaguar Land Rover Limited**
Abbey Road,
Whitley Coventry CV3 4LF
Verenigd Koninkrijk

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

Ingeroepen merk: **Uniemerkt 16391302**

JAGUAR

tegen

Verweerder: **Melon Products B.V.**
Burgemeester Huybenstraat 6
6085 EV Horn
Nederland

Gemachtigde: -

Betwiste teken: **Benelux aanvraag 1474962**

Jagu'rr

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 8 december 2022 heeft verweerder een Benelux aanvraag verricht van het woordmerk Jagu'rr voor waren in klasse 9. De aanvraag is onder nummer 1474962 in behandeling genomen en gepubliceerd op 16 december 2022.
2. Op 14 februari 2023 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze aanvraag. De oppositie is gebaseerd op de oudere Uniemerkt inschrijving 16391302 van het woordmerk JAGUAR, aangevraagd op 22 februari 2017 en ingeschreven op 17 februari 2022 voor waren in klasse 9 en diensten in klasse 38.
3. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van het ingeroepen oudere merk.
4. De oppositie is gebaseerd op alle waren en diensten van het ingeroepen merk en is ingesteld tegen alle waren van het betwiste teken.
5. De proceduretaal is het Nederlands.

B. Verloop van de procedure

6. De oppositie is ontvankelijk en door het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") ter kennis gebracht van partijen op 17 februari 2023. 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 Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (hierna: "BVIE") en het bijbehorende uitvoeringsreglement (hierna: "UR"). De administratieve fase is afgerond op 22 augustus 2023.

II. RECHTSGRONDEN EN ARGUMENTEN VAN PARTIJEN

7. 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

8. Opposant betoogt dat de eerste vier letters en de laatste letter van de tekens identiek zijn: JAGU*R vs JAGU**R. Het ingeroepen merk heeft als vijfde letter een A en bij het bestreden teken is de vijfde positie ingevuld door een apostrof, gevolgd door een dubbele R. Dit verschil is volgens opposant onvoldoende om de visuele overeenkomsten tussen merk en teken teniet te doen. Opposant stelt dat de apostrof ervoor zorgt dat de ontbrekende "A" als het ware al ingevuld is in het brein van de consument vanwege de associatie met het ingeroepen merk. Bovendien hecht de consument volgens vaste rechtspraak normaliter meer belang aan het eerste deel van een teken. De tekens zijn derhalve visueel sterk overeenstemmend, aldus opposant.
9. Op auditief vlak zal het publiek volgens opposant geen aandacht geven aan de apostrof bij het uitspreken van het bestreden teken. Het ingeroepen merk wordt uitgesproken als "JAA-GUU-ARR" en het

teken aldus als "JAA-GUU-RR". De afwijking in de vijfde letter van merk en teken houdt weliswaar een fonetisch verschil in, maar dit is minimaal nu de eerste twee lettergrepen identiek worden uitgesproken, aldus opposant. Volgens opposant hebben de woorden eenzelfde klankbeeld en cadans en bovendien zal het overgrote deel van het publiek de klemtonen op dezelfde plaats leggen. Opposant betoogt derhalve dat de tekens auditief sterk overeenstemmend zijn.

10. Opposant stelt dat het ingeroepen merk zal worden opgevat als verwijzing naar het roofdier uit de familie van de katachtigen. Het bestreden teken heeft volgens opposant geen betekenis, hoewel niet uitgesloten kan worden dat het publiek -ondanks de ontbrekende "A" in het teken- tóch een link legt met het ingeroepen merk en daarmee met het hiervoor genoemde roofdier. Een begripsmatige vergelijking is strikt genomen echter niet mogelijk, aldus opposant.

11. Volgens opposant zijn de waren "*Camera's voor videobewaking; Camera's; Elektronische deurbellen met een camera; Door beweging geactiveerde camera's; Infrarood-camera's; Digitale camera's*" van het bestreden teken identiek of op zijn minst in hoge mate overeenstemmend met de waren "*Camera's voor voertuigen; Boordcamera's; Actiecamera's; achteruitkijkcamera's voor voertuigen*" van het ingeroepen merk. Volgens opposant delen deze waren dezelfde aard en functie. De overige waren in klasse 9 van het bestreden teken zijn in hoge mate overeenstemmend met, dan wel complementair aan voornoemde waren van het ingeroepen merk. De waren delen dezelfde aard en functie en kunnen tezamen worden gebruikt. Al deze waren kunnen volgens opposant dezelfde distributiekanaalen gebruiken, zich op hetzelfde relevante publiek richten en door dezelfde fabrikanten worden geproduceerd. De wijze van gebruik en de eindgebruikers kunnen ook dezelfde zijn. Daarnaast kan ook sprake zijn van een concurrentiële verhouding, aldus opposant.

12. Opposant betoogt verder dat er sprake is van complementariteit tussen de waren van het bestreden teken en de diensten in klasse 38 van het ingeroepen merk. Volgens opposant kunnen de diensten "*Verschaffing van telecommunicatieaansluitingen met en toegang tot elektronische communicatienetwerken voor het verzenden en downloaden of ontvangen van geluids-, beeld- en multimediamateriaal*" en "*Elektronische overdracht van beeld*" uit klasse 38 immers worden gebruikt voor de overdracht van de beelden gemaakt door de diverse camera's uit klasse 9 van het bestreden teken. Daarmee delen deze waren en diensten dezelfde toepassing of bestemming en kunnen deze aan dezelfde doelgroep worden aangeboden.

13. Opposant stelt dat het aandachtsniveau van het publiek gemiddeld is. Opposant merkt hierbij op dat zelfs indien er sprake is van gevaar voor verwarring bij een deel van het publiek, dit voldoende is om de oppositie toe te wijzen.

14. Met betrekking tot het onderscheidend vermogen betoogt opposant dat het ingeroepen merk JAGUAR niet beschrijvend of suggestief is voor de waren en diensten waarvoor het is ingeschreven. Om die reden is het ingeroepen merk een sterk en onderscheidend merk. Het risico op verwarring tussen het ingeroepen merk en het bestreden teken neemt daardoor toe, aldus opposant.

15. Op grond van het voorgaande concludeert opposant dat er sprake is van gevaar voor verwarring. Opposant verzoekt het Bureau om de oppositie toe te wijzen en verweerder te verwijzen in de kosten.

B. Reactie verweerder

16. Verweerder licht toe dat "Jagu'rr" de naam is voor een wildcamera die de wereld van natuurfotografie en wildlife verkenning omarmt.

17. Verweerder stelt dat hoewel de namen "Jaguar" en "Jagu'rr" een zekere gelijkenis delen, er geen daadwerkelijk gevaar voor verwarring bestaat bij het publiek. De onderhavige waren verschillen sterk in hun toepassing en doel. Het ingeroepen merk is een gevestigd automerk dat synoniem staat voor luxe auto's, terwijl het bestreden teken verwijst naar een gespecialiseerde wildcamera voor natuurfotografie en dierenobservatie, aldus verweerder. De aard van deze producten is volgens verweerder zo uiteenlopend dat het onwaarschijnlijk is dat consumenten deze met elkaar zouden verwarren. Bovendien vallen auto's en wildcamera's in verschillende markten en richten deze waren zich op verschillende doelgroepen. Dit verkleint volgens verweerder ook de kans op verwarring.

18. Daarnaast bevatten de tekens ook aanzienlijke visuele en auditieve verschillen. De toevoeging van de apostrof en een extra letter "r" in het bestreden teken creëert een unieke en onderscheidende merknaam, aldus verweerder. Daarnaast betoogt verweerder dat op de verpakking van de producten een vos wordt afgebeeld, zodat het duidelijk is wat de aard van het product is. Verweerder verwijst eveneens naar foto's van verpakkingen, de producten en infographics.

19. Volgens verweerder zullen consumenten zich in het onderhavige geval eerder richten op de verschillende contexten en toepassingen van de producten dan op het identificeren van de gelijkenissen tussen de merknamen.

20. Op grond van het voornoemde concludeert verweerder dat er geen sprake is van gevaar voor verwarring.

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 Hof van Justitie van de Europese Unie (hierna: 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

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).

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. Hoewel de vergelijking gebaseerd moet zijn op de totaalindruk die de tekens in het geheugen van het relevante publiek achterlaten, moet ze toch worden gemaakt in het licht van de intrinsieke kwaliteiten van de conflicterende tekens.⁵ De totaalindruk die door een samengesteld teken wordt opgeroepen bij het relevante publiek, kan in bepaalde omstandigheden door een of meer van zijn bestanddelen worden gedomineerd. Bij de beoordeling of dit het geval is, moet met name rekening worden gehouden met de intrinsieke eigenschappen van elk van die bestanddelen door deze te vergelijken met de eigenschappen van de andere bestanddelen. Bovendien kan eventueel worden gezien, hoe de verschillende bestanddelen in de configuratie van het samengestelde teken zich tot elkaar verhouden.⁶

27. De beoordeling van de overeenstemming van de tekens dient, kortom, wat de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkens van de tekens betreft te berusten op de totaalindruk die door de tekens wordt opgeroepen, daarbij onder meer rekening houdend met hun onderscheidende en dominerende bestanddelen.

28. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
JAGUAR	Jagu'rr

Visuele vergelijking

29. Beide tekens zijn zuivere woordmerken. Het ingeroepen merk bestaat uit één woord van zes letters, JAGUAR. Het bestreden teken bestaat uit één woord van zes letters met tussen de letter "u" en "r" een apostrof, Jagu'rr.

30. De overeenstemming ligt in dezelfde vier beginletters (JAGU) en de laatste letter (R). De vijfde letter is verschillend en daarnaast bevat het bestreden teken een apostrof. Deze verschillen vallen echter onvoldoende op om de visuele gelijkens die bestaat tussen de tekens op basis van de totaalindruk teniet te doen. Het ingeroepen merk komt immers voor het grootste deel op identieke wijze terug in het bestreden

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

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

⁵ HvJEU 4 maart 2020, C-328/18 P, ECLI:EU:C:2020:156, punt 71 en de daar genoemde rechtspraak (Equivalenza).

⁶ Gerecht EU 23 oktober 2002, T-6/01, ECLI:EU:T:2002:261, punten 34 en 35 (Matratzen) en 13 december 2007, T-242/06, ECLI:EU:T:2007:391, punt 47 (El Charcutero Artesano).

teken. De overeenstemming ligt met name in het begin en dit is het deel waar het publiek de meeste aandacht aan zal besteden.⁷

31. De tekens zijn derhalve visueel sterk overeenstemmend.

Auditieve vergelijking

32. Het ingeroepen merk bestaat uit één woord van drie lettergrepen (JA-GU-AR). Het Bureau is van oordeel dat de toevoeging van de apostrof ertoe leidt dat het publiek het bestreden teken in drie lettergrepen zal uitspreken, te weten (JA-GU-RR).

33. In beide tekens worden de eerste en de tweede lettergreep hetzelfde uitgesproken. Daarnaast eindigen beide woorden op de letter "r". Auditief zit het enige verschil in het ontbreken van de letter "a" in het bestreden teken. De merken zijn echter even lang, bestaan grotendeels uit dezelfde letters in dezelfde volgorde en daarnaast hebben de woorden eenzelfde ritme en de cadans.

34. De tekens zijn derhalve hun geheel beschouwd auditief sterk overeenstemmend.

Begripsmatige vergelijking

35. Het Bureau is van oordeel dat het publiek in de Benelux het woord 'jaguar' zal begrijpen als de naam van een katachtig roofdier. Het woord 'jagu'rr' is een woord zonder betekenis, echter in het licht van de visuele overeenstemming met het woord 'jaguar' zal een deel van het publiek naar het oordeel van het Bureau in dit woord ook een verwijzing naar een jaguar zien.

36. Voor een deel van het publiek zijn de tekens derhalve begripsmatig identiek. Voor een ander deel van het publiek is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde.

Conclusie

37. De tekens zijn visueel en auditief sterk overeenstemmend. Begripsmatig zijn de tekens identiek of is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde.

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.⁸

39. Bij de vergelijking van de waren en diensten worden de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, in voorkomend geval voor zover daarvoor normaal gebruik is aangetoond. Met feitelijk of beoogd gebruik wordt geen rekening gehouden.⁹

40. Opposant vergelijkt de bestreden waren uitdrukkelijk alleen met een deel van de waren en diensten van het ingeroepen merk (zie punten 11 en 12), zodat het Bureau hier ook van zal uitgaan. De te vergelijken waren en diensten zijn derhalve de volgende:

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

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).

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KI 9 Camera's voor voertuigen; Boordcamera's; Actiecamera's; Parkeersensoren en achteruitkijk-camera's voor voertuigen.	KI 9 Camera's voor videobewaking; Camerahouders; Camera's; Camerastatieven; Draagriemen voor camera's; Draagriempjes voor camera's; Bevestigingen voor camera's; Beschermkappen voor camera's; Elektronische deurbellen met een camera; Door beweging geactiveerde camera's; Infrarood-camera's; Digitale camera's.
KI 38 Verschaffing van telecommunicatie-aansluitingen met en toegang tot elektronische communicatienetwerken voor het verzenden en downloaden of ontvangen van geluids-, beeld- en multimediamateriaal; Elektronische overdracht van beeld.	

41. De bestreden waren "*Camera's; Digitale camera's*" zijn identiek aan de waren van het ingeroepen merk, nu de waren van verweerder deze van opposant omvatten.¹⁰

42. De waren "*Camera's voor videobewaking; Elektronische deurbellen met een camera; Door beweging geactiveerde camera's; Infrarood-camera's*" zijn sterk overeenstemmend met de waren van opposant. Het zijn immers allemaal camera's. Weliswaar kunnen de omstandigheden waarin de camera's worden gebruikt verschillen, echter het doel van zowel de camera's van verweerder als die van opposant is hetzelfde: het opnemen van beelden (voor beveiligings- of veiligheidsdoeleinden).

43. De overige waren "*Camerahouders; Camerastatieven; Draagriemen voor camera's; Draagriempjes voor camera's; Bevestigingen voor camera's; Beschermkappen voor camera's*" betreffen accessoires die tezamen met verschillende soorten camera's kunnen worden gebruikt. Deze waren zijn complementair aan de waren van het ingeroepen merk. Daarnaast kunnen deze waren dezelfde distributiekanaal, alsmede hetzelfde publiek hebben. Deze waren zijn derhalve in zekere mate overeenstemmend.

Conclusie

44. De waren van het bestreden teken zijn deels identiek, deels sterk overeenstemmend en deels in zekere mate overeenstemmend.

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.¹¹ De

¹⁰ Gerecht EU 11 juni 2014, T-281/13, ECLI:EU:T:2014:440, punt 35 (Metabiomax).

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

betrokken waren zijn gericht op een groot en gevarieerd publiek waarvan niet kan worden gesteld dat het aandachtsniveau zal afwijken van de gemiddelde consument.

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 oudere merk, nu deze geen kenmerk van de betrokken waren omschrijft.

47. Opposant meent dat zijn merk van huis uit een sterk onderscheidend vermogen heeft en dientengevolge een ruimere beschermingsomvang geniet (zie punt 14). Het Bureau wijst er echter op dat een merk, ingevolge artikel 2.1, sub a BVIE, per definitie onderscheidend dient te zijn. Opposant heeft daarnaast een aantal keer in zijn argumenten gesuggereerd dat er sprake is van een bekend merk. Dit argument kan in de onderhavige oppositie echter niet worden meegenomen, aangezien deze bekendheid niet is aangetoond door opposant.

48. 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

49. In dit geval is er sprake van sterke visuele en auditieve overeenstemming en zijn de tekens voor een deel van het publiek begripsmatig identiek. Voor een ander deel van het publiek is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde. De betrokken waren zijn deels identiek, deels sterk overeenstemmend en deels in zekere mate overeenstemmend.

50. 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 de waren waarop het betwiste teken betrekking heeft, van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn.

B. Overige factoren

51. Verweerder geeft aan dat de waren in de praktijk erg verschillend zijn en dat het publiek derhalve niet zal worden verward (zie punten 17 en 18). Met het feitelijke 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 registregegevens (vergelijk hiervoor onder punt 39). Zaken als marketing- en verkoopformules, die bovendien met de tijd kunnen wijzigen, spelen dus in het kader van een oppositie geen rol.¹⁴

52. Verder merkt het Bureau op dat in het kader van een oppositie op grond van artikel 2.14 lid 2 sub a BVIE juncto artikel 2.2ter, lid 1, sub b BVIE wordt onderzocht of er *gevaar* voor verwarring bestaat. Het is derhalve niet nodig dat opposant aantoont dat er daadwerkelijk verwarring kan optreden.

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.

¹⁴ HvJEU 15 maart 2007, C-171/06 P, ECLI:EU:C:2007:171, punt 59 (Quantum).

C. Conclusie

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

IV. BESLUIT

54. De oppositie met nummer 2018662 wordt toegewezen.

55. Benelux aanvraag met nummer 1474962 wordt niet ingeschreven.

56. 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 een executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 19 april 2024



Eline Schiebroek
(rapporteur)

Saskia Smits

Camille Janssen

Administratieve behandelaar: Monique Vrolijk