

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2007020
van 11 februari 2013

Opposant: **RENAULT s.a.s. société par actions simplifiée**
F-92100 BOULOGNE-BILLANCOURT
France

Gemachtigde: **Office Kirkpatrick NV**
Wolferslaan 32
1310 Terhulpen
België

Ingeroepen recht: Internationale inschrijving 571461
TWINGO

tegen

Verweerder: **Lesli Living B.V**
Edisonstraat 20
7131 PB Lichtenvoorde
Nederland

Betwiste merk: Benelux depot 1230515



I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 20 september 2011 heeft verweerder de aanvraag tot inschrijving van het gecombineerde woord-/beeldmerk  ingediend ter onderscheiding van waren in klasse 12. Deze aanvraag tot inschrijving is onder depotnummer 1230515 in behandeling genomen en gepubliceerd op 22 september 2011.

2. Op 1 december 2011 heeft opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op de eerdere internationale inschrijving met nummer 571461 van het woordmerk TWINGO, ingediend op 13 juni 1991.

3. Uit het register blijkt dat opposant daadwerkelijk de houder is van de ingeroepen inschrijving.

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren van de betwiste aanvraag en gebaseerd op alle waren van het ingeroepen recht.

5. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14, lid 1, sub a van het Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (hierna: "BVIE").

6. De proceduretaal is het Nederlands.

B. Verloop van de procedure

7. Op 9 december 2011 verstuurde het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") de kennisgeving van ontvankelijkheid van de oppositie aan partijen.

8. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 10 februari 2012. Het Bureau heeft op 20 februari 2012 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij de opposant een termijn kreeg tot en met 20 april 2012 om zijn argumenten en eventuele stukken in te dienen.

9. Op 19 april 2012 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze zijn op 30 april 2012 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 30 juni 2012 is gegeven om hierop te reageren.

10. Op 24 juni 2012 heeft verweerder, door tussenkomst van een gemachtigde, te weten Balkenende Juridisch adviseur in Nijmegen, gereageerd op de argumenten van opposant. Deze reactie werd op 3 juli doorgestuurd aan opposant.

11. Op 3 juli 2012 ontving het Bureau aanvullende argumenten van verweerder, eveneens door tussenkomst van gemachtigde Balkenende Juridisch adviseur. Aangezien deze brief buiten de daarvoor gestelde termijn werd ingediend, wordt deze niet in overweging genomen bij de beslissing. Desalniettemin werd deze brief op 5 juli 2012 ter informatie doorgezonden aan opposant.

12. Het Bureau is van mening dat het over voldoende gegevens beschikt om over de oppositie te kunnen beslissen.

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

13. De opposant dient met toepassing van artikel 2.14, lid 1, sub a BVIE een oppositie bij het Bureau in, overeenkomstig de bepalingen van artikel 2.3, sub b BVIE: verwarringsgevaar omwille van de identiteit of overeenstemming van de betrokken tekens en van de (soort)gelijkheid van de waren of diensten van de merken in kwestie.

A. Argumenten van opposant

14. Opposant geeft aan dat de waren van beide merken identiek zijn, aangezien het gaat om "voertuigen".

15. Met betrekking tot de vergelijking van de tekens, meent opposant dat het wordelement BRINGO in het betwiste teken dominant is. Dit dominante element en het ingeroepen recht verschillen volgens opposant slechts in de twee eerste letters, terwijl 4 van de 6 letters identiek zijn. Hierdoor bestaat er volgens opposant een zekere mate van overeenstemming tussen de tekens, waarbij hij bovendien opmerkt dat het achtervoegsel INGO een redelijk ongebruikelijke suffix vormt. Tenslotte merkt opposant op dat het twee fantasiewoorden betreft.

16. Hij concludeert dat de totaalindruk van de tekens in zekere mate overeenstemt. Deze zekere mate van overeenstemming wordt versterkt door de identiteit van de waren, aldus opposant.

17. Opposant meent dat het ingeroepen recht van huis uit een sterk onderscheidend karakter heeft, dat bovendien nog is toegenomen door intensief gebruik of bekendheid in de Benelux. Opposant stuurt een aantal stukken mee om zijn stelling te onderbouwen.

18. Volgens opposant zou de gemiddelde consument, gelet op de identiteit van de waren en het sterk onderscheidend vermogen of bekendheid van het ingeroepen recht, kunnen denken dat de waren die worden aangeboden onder het betwiste teken, afkomstig zijn van en behoren tot het gamma dat wordt aangeboden door opposant. Hij verzoekt daarom de oppositie toe te wijzen, de inschrijving van het betwiste teken te weigeren en deposant te verwijzen in de kosten.

B. Reactie van verweerder

19. Verweerder legt in de eerste plaats uit dat deposant een groothandel is in tuinmeubelen, en dat het merk BRINGO een samenstelling is van de woorden "bring" en "go". Onder de naam BRINGO brengt deposant golfkarren op de markt, zo stelt verweerder, die verhandeld worden aan o.a. recreatieparken, campings, natuurgebieden en dierentuinen.

20. Volgens verweerder is het merk TWINGO geen bekend merk, aangezien het product waarop het merk ziet in de volksmond hoofdzakelijk "Renault Twingo" wordt genoemd, niet TWINGO alleenstaand.

21. Met betrekking tot de visuele vergelijking stelt verweerder zich allereerst op het standpunt dat de associatie of emotie tussen een beeldmerk en een woordmerk minder snel zal plaatsvinden dan wanneer twee woordmerken of twee beeldmerken worden vergeleken. Verweerder merkt bovendien op dat de beeldelementen van het betwiste teken iets toevoegen aan het geheel, waardoor het onderscheidend vermogen van het teken wordt vergroot. Hij betwist ook dat in het algemeen het publiek meer wordt aangetrokken door een woord dan door een logo.
22. Verweerder benadrukt dat hij meent dat het merk van opposant dat moet worden vergeleken met het betwiste teken, het door hem in bijlage genoemde gecombineerde woord-/beeldmerk betreft, dat wil zeggen inclusief het thans niet geregistreerde beeldmerk behorend bij TWINGO. Dit is immers, zo stelt verweerder, de manier waarop het teken wordt gebruikt in het economische verkeer. Bij een vergelijking tussen deze twee genoemde merken constateert verweerder dat er tussen de tekens geen enkele vorm van overeenkomst bestaat, met uitzondering van een deel van de letters.
23. Ook bij een vergelijking tussen het betwiste teken en het woordmerk TWINGO, meent verweerder dat er onvoldoende auditieve, begripsmatige en visuele of andere overeenstemmingen bestaan. In dit kader merkt verweerder ook op, dat het gebruik van de suffix INGO bepaald niet ongebruikelijk is, waarbij hij verwijst naar een uitdraai van internet van "the official Scrabble dictionary", waarop een aantal woorden voorkomt met een coupure van deze lettercombinatie.
24. Verweerder meent dat er een wezenlijk verschil bestaat qua klankvorm tussen de beginletters van het betwiste teken en die van het ingeroepen recht.
25. Begripsmatig verschillen de tekens volgens verweerder van elkaar, aangezien BRINGO, zoals eerder aangegeven, een samenstelling is van "bring" en "go" en TWINGO staat voor "twist", "swing" en "tango".
26. De waren zijn volgens verweerder verschillend qua bestemming en gebruik, aangezien verweerder een geheel andere markt bedient dan opposant.
27. Verweerder merkt nog op dat, als er aan het merk van opposant al extra bescherming zou worden toegekend, de bekendheid van het merk juist zou leiden tot het afnemen van het verwarringsgevaar.
28. Verweerder meent dat het gebruik van het betwiste teken op de markt niet tot omzetverlies zou leiden voor opposant, of tot gevolg zou hebben dat het merk TWINGO minder uniek wordt.
29. Aangezien een deel van de bijlagen van opposant in de Franse taal is opgesteld, verzoekt verweerder het Bureau deze bijlagen niet mee te nemen in zijn oordeel, aangezien het niet de proceduretaal betreft.
30. Verweerder verzoekt het Bureau het betwiste teken in te schrijven aangezien er sprake is, zo stelt hij, van "voldoende creativiteit en gepaste afstand, een aloud adagium in het IE recht". Verweerder verzoekt het Bureau verder de oppositie af te wijzen en opposant te verwijzen in de kosten, inclusief het salaris van de gemachtigde.

III. **BESLISSING**

A.1. **Verwarringsgevaar**

31. Overeenkomstig artikel 2.14, lid 1 BVIE kan de deposant of houder van een ouder merk, binnen een termijn van twee maanden, te rekenen vanaf de eerste dag van de maand volgende op de publicatie van het depot, schriftelijk oppositie instellen bij het Bureau tegen een merk dat in rangorde na het zijne komt, overeenkomstig de bepalingen in artikel 2.3, sub a en b BVIE of dat verwarring kan stichten met zijn algemeen bekende merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

32. Artikel 2.3, sub a en b BVIE bepaalt: "Bij de beoordeling van de rangorde van het depot wordt rekening gehouden met de op het tijdstip van het depot bestaande en ten tijde van het geding gehandhaafde rechten op: a. gelijke, voor dezelfde waren of diensten gedeponeerde merken; b. gelijke of overeenstemmende, voor dezelfde of soortgelijke waren of diensten gedeponeerde merken, indien bij het publiek verwarring, inhoudende de mogelijkheid van associatie met het oudere merk, kan ontstaan."

33. Volgens vaste rechtspraak over de uitlegging van Richtlijn 2008/95/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 oktober 2008 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, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juni 1999; 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; Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

Vergelijking van de waren

34. Bij de beoordeling van de soortgelijkheid van de betrokken waren of diensten moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren die de verhouding tussen de waren of 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).

35. Bij vergelijking van de waren van de ingeroepen rechten en de waren waartegen de oppositie is gericht, worden de waren in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in de registers, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag.

36. De te vergelijken waren zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
CI 12 Véhicules à locomotion par terre, voitures automobiles terrestres.	KI 12 Voertuigen, waaronder elektrische voertuigen.

<i>Kl 12 Vervoermiddelen voor vervoer over land, landvoertuigen.</i>	
<i>N.B.: De oorspronkelijke classificatietaal is niet het Frans. De vertaling van de warenlijst is louter opgenomen om de leesbaarheid van de beslissing te bevorderen.</i>	

37. De waren van het ingeroepen recht zijn een species van het genus *voertuigen* van het betwiste depot. Hierdoor is er sprake van identiteit, of minstens soortgelijkheid tussen deze waren.


Vergelijking van de tekens

38. Uit de bewoordingen van artikel 4, lid 1, sub b van de Richtlijn (vergelijk artikel 2.3, 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).

39. De globale beoordeling van het verwarringsgevaar dient wat de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkenis van de tekens 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).

40. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of meer bestanddelen ervan worden gedomineerd (HvJEU, *Limonchello*, C-334/05 P, 12 juni 2007). 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 gezien, hoe de verschillende bestanddelen in de configuratie van het samengestelde merk zich tot elkaar verhouden (*GEU, Matratzen*, T-6/01, 23 oktober 2002 en *El Charcutero Artesano*, T-242/06, 13 december 2007).

41. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
TWINGO	

42. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk bestaande uit een woord van zes letters, TWINGO. Het bestreden teken is een gecombineerd woord/beeldmerk dat bestaat uit het wordelement van eveneens zes letters, BRINGO, in zwarte, vetgedrukte, schuine hoofdletters. Bovendien bevat het bestreden teken de in de Benelux gekende TLD (Top Level Domain) internettextensie ".nl", waarmee

aangeduid wordt dat het om een internetadres uit Nederland gaat. Dit element zal door het publiek als zodanig herkend worden en niet als het dominerende en meest onderscheidende bestanddeel van het bestreden teken worden beschouwd.

43. De woordelementen in het bestreden teken worden voorafgegaan door een bol bestaande uit 5 diagonaal boven elkaar geplaatste ringen, van klein naar groot en weer naar klein. Het geheel wordt doorkruist door een enkele ring, die de 5 andere ringen bij elkaar lijkt te houden. Het beeldelement heeft ongeveer hetzelfde formaat als elk van de gebruikte letters in het betwiste teken. In tegenstelling tot de vetgedrukte letters van het woordelement, heeft het beeldelement een lichtere grijze kleur.

Begripsmatige vergelijking

44. 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 (zie GEU, Budmen, T-129/01, 3 juli 2003). De toevoeging van de internetlandcode “.nl” aan het einde van het betwiste teken, is zo'n beschrijvend onderdeel (zie punt 42).

45. Noch het ingeroepen recht, noch het dominante deel van het betwiste teken hebben een vaststaande betekenis, in tegenstelling tot wat verweerder lijkt te menen (zie punt 25). Daarom zal een begripsmatige vergelijking geen verdere rol spelen bij de vergelijking van de tekens.

Visuele vergelijking

46. Bij samengestelde tekens (woord- en beeldelement) heeft het woordelement vaak een grotere impact op de consument dan het beeldelement. Reden hiervoor is dat het publiek de tekens niet steeds analyseert en vaak naar het teken verwijst door gebruik te maken van het woordelement (zie in die zin ook GEU, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juli 2005). In het betwiste teken is dit niet anders: het woordelement domineert door het grotere formaat, ondanks de positie van het beeldelement.

47. Volgens vaste rechtspraak zal een consument in beginsel meer belang hechten aan het eerste deel van een teken (zie in deze zin GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004, PAM-PIM'S BABY-PROP, T-133/05, 7 september 2006 en SPA THERAPY, T-109/07, 25 maart 2009). Bij korte tekens echter, zoals in het voorliggende geval, gaat deze algemene regel niet op, aangezien een dergelijk teken in één keer als een geheel wordt waargenomen.

48. Vier van de zes letters van het ingeroepen recht komen identiek en in dezelfde positie voor in het bestreden teken. Het verschil in de eerste twee letters van de tekens kan in het voorliggende geval niet leiden tot de conclusie dat de overeenkomsten tussen beide teniet worden gedaan. Er dient in dit kader aan herinnerd te worden dat de betrokken consument vaak een onvolmaakte herinnering heeft van merken. Een dergelijke consument, die beide tekens niet voor ogen heeft en die dus niet kan overgaan tot hun gedetailleerde vergelijking, zal slechts een beperkt en onvolmaakt beeld bijblijven van de karakteristieken van de tekens.

49. Gezien het voorgaande is de totaalindruk van de tekens op visueel vlak in lichte mate overeenstemmend.

Auditieve vergelijking

50. Beide tekens bestaan uit twee lettergrepen. Het eerste deel van de eerste lettergreep is bij beide verschillend, te weten [tw] ten opzichte van [br]. Het tweede deel echter, de klank [in], is bij beide identiek, net als de tweede lettergreep [go].

51. Voor wat betreft de internetextensie “.nl” is het waarschijnlijk dat deze, gezien de kleine weergave, in het geheel niet wordt uitgesproken wanneer aan het betwiste teken wordt gerefereerd (zie GEU, Green by Missako, T-162/08, 11 november 2009), hetgeen in casu wordt versterkt door de beschrijvende betekenis.

52. Het Bureau is dan ook van oordeel dat er op auditief vlak sprake is van een zekere mate van overeenstemming.

Conclusie

53. De totaalindruk van de tekens is op visueel vlak in lichte mate en op auditief vlak in zekere mate overeenstemmend. Op begripsmatig vlak is een vergelijking niet aan de orde.

A.2. Bekendheid van het ingeroepen recht

54. Volgens de rechtspraak is een ouder merk bekend, indien het bekend is bij een aanzienlijk deel van het publiek waarvoor de onder dat merk aangeboden waren of diensten bestemd zijn, dat wil zeggen – naargelang van de aangeboden waar of dienst – bij het grote publiek dan wel bij een meer specifiek publiek, zoals een bepaalde beroepsgroep. Bij het onderzoek of deze voorwaarde is vervuld, moet rekening worden gehouden met alle relevante omstandigheden van het geval, zoals, met name, het marktaandeel van het merk, de intensiteit, de geografische omvang en de duur van het gebruik ervan, en de omvang van de door de onderneming gedane investeringen om het bekendheid te geven, zonder dat is vereist dat dit merk bekend is bij een bepaald percentage van het aldus vastgestelde publiek of dat het bekend is in het gehele betrokken grondgebied, voor zover het bekend is in een aanmerkelijk gedeelte ervan (zie arresten GEU, Emilio Pucci, T-8/03, 13 december 2004 en Boomerang, T-420/03, 17 juni 2008).

55. Opposant geeft in zijn argumenten aan dat zijn ingeroepen recht wereldwijd bekend is en daardoor een verruimde beschermingsomvang geniet (zie punt 17). Dit uitgangspunt is inderdaad conform de heersende jurisprudentie: 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, alle reeds geciteerd). Het Bureau zal bijgevolg de bekendheid van het ingeroepen recht in dat licht beoordelen, en geen rekening houden met de opmerking van verweerder dat deze bekendheid juist zou leiden tot het afnemen van het verwarringsgevaar, zoals verweerder meent (zie punt 27).

56. Opposant stelt dat de eerste auto met de naam TWINGO werd gelanceerd in 1992. Het model en het merk zijn, zo stelt opposant, dus al lang in gebruik en kennen nog steeds succes, aangezien verschillende modellen van de TWINGO elkaar inmiddels hebben opgevolgd. Ter staving van deze

stelling verwijst opposant naar een uitleg op Wikipedia. Volgens Wikipedia en de websites waar opposant naar verwijst, zijn er 7 collecties van het model TWINGO gemaakt, in respectievelijk 1993, 1994, 1996, 1998, 2000, 2002 en 2004. Op 30 juni 2007 stond de totale productie op 2.478.648 Twingo's.

57. Opposant verwijst ook naar het resultaat van een zoektocht op internet, waarbij alle hits naar hem verwijzen. Uit deze hits blijkt bovendien dat er vele tweedehands TWINGO's worden aangeboden op diverse auto verkoop sites.

Conclusie

58. Op grond van het overgelegde materiaal kan worden geconcludeerd dat er sprake is van bekendheid van het ingeroepen recht voor de waren waarop de oppositie is gebaseerd.

A.3. Globale beoordeling

59. Bij de beoordeling van het gevaar voor verwarring spelen met name de aandacht van het publiek, de (soort)gelijkheid van de waren en diensten en de overeenstemming van de tekens een rol.

60. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn. Het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naargelang van de soort waren of diensten waarom het gaat (arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds geciteerd). Met betrekking tot de waren in klasse 12 geldt dat er sprake kan zijn van een verhoogd aandachtsniveau, aangezien het waren betreffen die een grote financiële investering vergen, waardoor er voorafgaand aan de aankoop een degelijke voorbereiding zal plaatsvinden.

61. 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 soortgelijkheid van de waren of diensten waarop zij betrekking hebben. Zo kan een geringe mate van soortgelijkheid 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).

62. Met betrekking tot de vraag of het gebruik van het achtervoegsel "ingo" al dan niet gangbaar is, zoals verweerder aangeeft met zijn opmerking over het achtervoegsel "ingo" als reactie op de tegengestelde mening van opposant in deze (zie punten 15 en 23), dient vastgesteld te worden dat verweerder een dergelijk gebruik niet met stukken heeft aangetoond. Dit doet dan ook niets af aan het voorgaande.

63. In casu zijn de betrokken waren identiek of minstens sterk soortgelijk en stemmen de tekens in zekere mate overeen. Bovendien is het ingeroepen recht een bekend merk (zie punt 56), waardoor het een sterk onderscheidend vermogen heeft en als gevolg daarvan een ruimere beschermingsomvang. Op grond van al deze overwegingen is het Bureau van oordeel dat het in aanmerking komend publiek, ondanks een mogelijk verhoogd aandachtsniveau, kan menen dat de betrokken waren afkomstig zijn van dezelfde of van economisch verbonden ondernemingen.

B. Overige factoren

64. Wat de taal van de ingediende stukken betreft (zie punt 29), zij eraan herinnerd dat stukken die dienen ter ondersteuning van argumenten of om gebruik van een merk aan te tonen, in hun oorspronkelijke taal kunnen worden ingediend. Deze stukken worden slechts in aanmerking genomen indien het Bureau oordeelt dat deze, gezien de reden van indiening, voldoende begrijpelijk zijn (regel 1.24 UR). De stukken zijn ingediend in het Frans, en vermelden cijfers en algemene teksten die naar hun aard en inhoud herkenbaar zijn. Het Bureau is dan ook van oordeel dat de ingediende stukken voldoende begrijpelijk zijn als bewijsstukken.

65. Met de opmerking van verweerder over de visuele verschillen tussen de ingeroepen rechten en het teken zoals het gecommmercialiseerd wordt (of zal worden, zie punten 22 en 26), kan in het kader van een oppositieprocedure geen rekening worden gehouden, aangezien de vergelijking van de tekens uitsluitend plaatsvindt op basis van de registreergegevens. Het argument van verweerder dat partijen zich richten op een ander publiek en andere distributiekkanalen gebruiken, waarmee verweerder doelt op het werkelijke gebruik van de tekens, kan niet weerhouden worden, aangezien dit niet blijkt uit de gehanteerde classificatie.

66. Voorzover verweerder met zijn opmerking over het gebruik van het betwiste teken op de markt (zie punt 28) bedoelt te zeggen dat dit niet zal leiden tot afbreuk aan de reputatie van het merk, merkt het Bureau op dat voor een dergelijk argument expliciet geen ruimte is in de oppositieprocedure, aangezien artikel 2.14, lid 1, sub a van het BVIE immers uitsluitend verwijst naar de naar artikel 2.3, sub a en b.

67. Met betrekking tot de opmerking van verweerder over de kosten, inclusief het salaris van de gemachtigde (zie punt 30) merkt het Bureau voor de volledigheid op dat er in het kader van de oppositieprocedure geen sprake is van een veroordeling in de gemaakte kosten. Er is enkel voorzien in een kostenverwijzing, die is vastgesteld op het vaststaande bedrag van de oppositietaks, indien de oppositie volledig wordt toegewezen (of afgewezen).

C. Conclusie

68. Op grond van het voorgaande besluit het Bureau dat er sprake is van gevaar voor verwarring.

IV. BESLUIT

69. De oppositie met nummer 2007020 wordt toegewezen.

70. Het Benelux depot met nummer 1230515 wordt niet ingeschreven.

71. De verweerder is 1.000 euro verschuldigd aan de opposant op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 uitvoeringsreglement, aangezien de oppositie geheel toegewezen wordt. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 11 februari 2013

Cocky Vermeulen
(*rapporteur*)

Pieter Veeze

Diter Wuytens

Administratieve behandelaar: Rémy Kohlsaat