

**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**

**BESLISSING inzake OPPOSITIE**

**N° 2007213**

**Van 13 februari 2014**

**Opposant:** **PREPARADOS ALIMENTICIOS, S.A.**  
Plaza Europa, 41 planta 16  
08908 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)  
Spanje

**Gemachtigde:** **Octrooibureau Vriesendorp & Gaade B.V.**  
Dr. Kuiperstraat 6  
2514 BB Den Haag  
Nederland

**Ingeroepen recht 1:** **Europese inschrijving 7604821**



**Ingeroepen recht 2:** **Europese inschrijving 3246139**



**Ingeroepen recht 3 :** **Europese inschrijving 2412823**



*tegen*

**Verweerder:** **Jumbo Supermarkten B.V.**  
Rijksweg 15  
5462 CE Veghel  
Nederland

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

**Betwiste merk:** **Benelux depot 1240018**



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

1. Op 16 januari 2012 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het gecombineerde



woord-/beeldmerk voor waren en diensten in de klassen 29, 30, 31, 32, 35 en 43. Het depot is onder nummer 1240018 in behandeling genomen en gepubliceerd op 18 januari 2012.

2. Op 16 februari 2012 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op de volgende eerdere merken:

- Europese inschrijving 7604821 van het gecombineerde woord- /beeldmerk



, ingediend op 16 februari 2009 en ingeschreven op 21 oktober 2009 voor waren in de klassen 29 en 30;

- Europese inschrijving 3246139 van het gecombineerde woord- /beeldmerk



, ingediend op 7 juli 2003 en ingeschreven op 19 april 2006 voor waren in klasse 29;

- Europese inschrijving 2412823 van het gecombineerde woord- /beeldmerk



, ingediend op 16 oktober 2001 en ingeschreven op 17 december 2003 voor waren in de klassen 29 en 30.

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

4. Bij het indienen van zijn argumenten heeft opposant de waren en diensten waartegen de oppositie gericht is beperkt tot een deel van de waren in de klassen 29, 30, 31 en 32 en alle diensten in klasse 35 van het betwiste depot (zie overweging 16). De oppositie is gebaseerd op alle waren van de ingeroepen rechten.

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. De oppositie is ontvankelijk en is ter kennis gebracht van partijen op 29 februari 2012.

8. Naar aanleiding van een gezamenlijk verzoek tot verlenging van de cooling off is de contradictoire fase van de procedure aangevangen op 30 juni 2012. Het Bureau heeft op 10 juli 2012 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij aan opposant een termijn is gegeven tot en met 10 september 2012 voor het indienen van zijn argumenten en eventuele stukken ter ondersteuning daarvan.

9. Op 10 september 2012 heeft de opposant argumenten en stukken ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze zijn op 27 september 2012 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 27 november 2012 is gegeven om hierop te reageren.

10. De verweerder heeft op 17 oktober 2012 gereageerd op de argumenten van opposant en heeft tevens verzocht om bewijzen van gebruik met betrekking tot de gebruiksplichtige ingeroepen rechten. Deze reactie en dit verzoek zijn door het Bureau aan de opposant gezonden op 29 oktober 2012, waarbij opposant een termijn kreeg tot en met 29 december 2012 om de gevraagde bewijzen in te dienen.

11. Op 28 december 2012 heeft opposant bewijzen van gebruik ingediend. Deze zijn op 3 januari 2013 door het Bureau aan verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 3 maart 2013 is gegeven om hierop te reageren.

12. Verweerder heeft op 11 januari 2013 gereageerd op de bewijzen van gebruik. Deze reactie is door het Bureau aan de opposant verzonden op 15 januari 2013.

13. Elke partij heeft haar opmerkingen ingediend binnen de door het Bureau gestelde termijnen.

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

## **II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN**

15. 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 in kwestie.

### **A. Argumenten van opposant**

16. Bij het indienen van de argumenten beperkt opposant de waren en diensten waartegen de oppositie zich richt. De waren van opposant en de waren en diensten van verweerder zijn volgens opposant identiek, althans soortgelijk dan wel complementair te achten. Ter ondersteuning van deze stelling verwijst hij naar de definities van de termen die in de ingeroepen rechten voorkomen. De waren in met name de klassen 29 en 30 van verweerder vormen (basis)bestanddelen ofwel (hoofd)ingrediënten van de waren van opposant en of de waren van opposant zijn gemaakt van de waren van verweerder. Diverse andere waren zijn complementair, zoals rijst en graanpreparaten die in samenhang met bijvoorbeeld soep worden gebruikt. De betwiste diensten kunnen eveneens betrekking hebben op de waren van opposant en zijn derhalve soortgelijk, aldus opposant.

17. De merken en het teken delen het (dominante) element JUMBO, begripsmatig is er dan ook sprake van overeenstemming voor zover het in aanmerking komend publiek dit element zal betrekken op het welbekende olifantje of de Boeing 747. Ook op visueel en auditief vlak is het element JUMBO het dominante element van de merken en het teken, waardoor er op visueel vlak sprake is van een zekere mate van overeenstemming en op auditief vlak sprake is van overeenstemming.

18. Het betreft courante consumptiegoederen, waardoor er volgens opposant sprake is van een normaal aandachtsniveau. Het ingeroepen recht heeft een groot onderscheidend vermogen, aangezien het geen specifieke betekenis heeft in relatie tot de waren in de klassen 29 en 30. Bovendien is dit onderscheidend vermogen door langdurig en intensief gebruik enkel nog toegenomen.

19. Er is volgens opposant sprake van gevaar voor verwarring en hij verzoekt het Bureau de oppositie gegrond te verklaren en verweerder te verwijzen in de kosten.

20. In reactie op het verzoek van verweerder om bewijzen van gebruik in te dienen, dient opposant facturen in.

## **B. Reactie van verweerder**

21. Verweerder verzoekt opposant om bewijzen van gebruik over te leggen. Vervolgens licht hij toe dat verweerder sinds 1983 driehonderd supermarkten in geheel Nederland exploiteert. Met de inzet van ruim 22.000 medewerkers werd in 2011 een miljoenen omzet gerealiseerd. In zijn algemeenheid kan worden gesteld dat JUMBO een aanduiding is met een zwak onderscheidend vermogen, omdat het verwijst naar groot of omvangrijk, echter door het gebruik is JUMBO een grote bekendheid gaan genieten, aldus verweerder.

22. Verweerder vergelijkt het niet gebruikspflichtige ingeroepen recht met het bestreden teken en komt tot de conclusie dat er geen sprake is van gevaar voor verwarring. Afgezien van het identieke element JUMBO, dat een in de kern zeer beperkt onderscheidend heeft, wijken de merken in totaliteit voldoende van elkaar af om de kans op verwarring niet groot te achten, aldus verweerder.

23. Verweerder verzoekt het Bureau de oppositie af te wijzen en opposant in de kosten te veroordelen.

24. Verweerder is naar aanleiding van de bewijzen van gebruik van mening dat niet voldoende aangetoond is dat de ingeroepen rechten gebruikt zijn in de relevante periode. Ten eerste moeten de facturen volgens hem buiten beschouwing worden gelaten, aangezien er geen vertaling is bijgevoegd en bovendien komt enkel het woord JUMBO op de facturen voor en is niet te achterhalen op welk ingeroepen recht de facturen betrekking hebben.

## **III. BESLISSING**

### **A.1 Verwarringsgevaar**

25. 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.

26. 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."

27. 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 en diensten***

28. 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).

29. Bij vergelijking van de waren van het ingeroepen recht en de waren en diensten waartegen de oppositie is gericht, worden de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag.

30. Het Bureau zal eerst het niet gebruikspflichtige ingeroepen recht, te weten Europese inschrijving 760482, met de waren en diensten van het bestreden teken vergelijken.

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

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
Klasse 29 Soepen, bouillon en gedehydrerde soepen.	Klasse 29 Vlees, vis, gevogelte en wild; vleesextracten; geconserveerde, bevroren, gedroogde en gekookte vruchten en groenten; geleien, jams, compote; eetbare oliën en vetten.
Klasse 30 Kruidenrijen en sausen.	Klasse 30 Rijst; graanpreparaten; zout, mosterd; azijn, kruidensausen; specerijen.
	Klasse 31 Verse vruchten en groenten.
	Klasse 32 Siropen en andere preparaten voor de

	bereiding van dranken.
	Klasse 35 Detailhandelsdiensten van supermarkten; reclame en promotie; publiciteit; organisatie en uitvoering van publicitaire evenementen en het samenstellen en verzorgen van reclame-uitingen; organisatie en uitvoering van promotionele acties en activiteiten (verkoop promotie).

*Klasse 29, 30 en 31*

32. "Soepen, bouillon en gedehydrerde soepen" zijn gerechten die worden samengesteld uit en gekookt met andere producten. De waren "vlees, vis, gevogelte en wild; geconserveerde, bevroren, gedroogde en gekookte vruchten en groenten; eetbare oliën en vetten; rijst; graanpreparaten; verse vruchten en groenten" zijn (eind)producten die gebruikt worden om gerechten te bereiden of producten die zelf al direct geconsumeerd kunnen worden. De aard en het doel van het gebruik alsmede de wijze van gebruik van de producten zijn echter verschillend. Het feit dat de waren van het bestreden teken ingrediënten van de waren van het ingeroepen recht kunnen zijn, is op zich niet voldoende om aan te tonen dat de goederen dezelfde aard, doel en wijze van gebruik delen. Het Bureau is dan ook van oordeel dat deze waren niet soortgelijk zijn.

33. "Gelei" is een eindproduct verkregen door een bepaalde bereidingswijze, het betreft een verdikt sap (bron: Van Dale online woordenboek). Dit kan het sap van bijvoorbeeld vruchten zijn, maar ook van groente, vlees of vis. Een extract is een afkooksel of een aftreksel, vleesextract is dus een afkooksel of aftreksel van vlees. "Geleien" en "vleesextracten" kunnen als substituut voor bouillon worden gebruikt of als basis van soep en zijn daarmee (sterk) soortgelijk aan de waren van opposant.

34. "Jams" en "compote" daarentegen zijn met suiker tot moes gekookte vruchten. Jams en compote dienen niet als basis voor een soep en zijn ook geen substituut van enig bestanddeel van soepen of bouillons. Deze waren zijn derhalve niet soortgelijk.

35. "Zout, mosterd; azijn, kruidensausen en specerijen" zijn identiek dan wel sterk soortgelijk aan "kruidenrijen en sausen" van het ingeroepen recht.

*Klasse 32*

36. De waren in klasse 32 van het bestreden teken zijn om dezelfde redenen als hierboven uiteen gezet niet soortgelijk. De aard, het doel en de wijze van gebruik zijn anders, evenals de distributiekanaalen.

*Klasse 35*

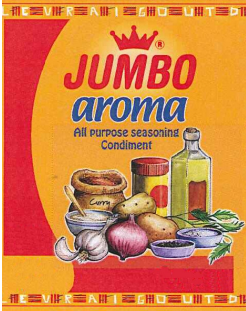

37. Hoewel waren en diensten soortgelijk kunnen zijn vanwege hun complementariteit, is het Bureau van oordeel dat daar in onderhavig geval geen sprake van is. De diensten in klasse 35 van verweerder zijn naar hun aard en bestemming verschillend van de waren van opposant. Het enkele feit dat soep in een supermarkt verkocht kan worden, wil nog niet zeggen dat het publiek er eenzelfde herkomst aan zal toedichten.

*Conclusie*

38. De waren en diensten zijn deels identiek, deels (sterk) soortgelijk en deels niet soortgelijk.
39. De gebruiksplichtige merken zijn enkel ingeschreven voor waren in de klassen 29 en 30, te weten "soepen, bouillon en gedehydrerde soepen en kruidensausen" en deze waren zijn al in de vergelijking van de waren betrokken vanwege het andere ingeroepen recht. Het Bureau zal daarom ook niet verder overgaan tot de beoordeling van de bewijzen van gebruik, nu dit geen verschil maakt voor de einduitkomst betreffende de soortgelijkheid van de waren.

#### **Vergelijking van de tekens**

40. 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).
41. 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).
42. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of meerdere 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).
43. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
 <p>The image shows a packet of Jumbo aroma seasoning. The packet is yellow and red, with the word 'JUMBO' in large red letters and 'aroma' in blue. Below it, it says 'All purpose seasonings Condiment'. There are images of various vegetables and a bottle of oil on the packet.</p>	 <p>The image shows the logo for Jumbo food markt. The word 'JUMBO' is in a bold, black, sans-serif font. Below it, the words 'food markt' are in a white, sans-serif font, set against a black rectangular background.</p>



*Begripsmatige vergelijking*

44. Voor wat betreft de begripsmatige vergelijking merkt het Bureau op dat het publiek over het algemeen het beschrijvende bestanddeel van een samengesteld merk niet als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit merk gewekte totaalindruk ervaren (GEA, Budmen, T-129/01, 3 juli 2003). Hoewel het woord JUMBO een betekenis heeft, namelijk: (in samenstellingen) iets zeer groots, is het Bureau van oordeel dat het niet beschrijvend is, met name niet voor de betrokken waren van het ingeroepen recht. De aanduidingen "le vrai goût" (voor zover overigens al waargenomen), "aroma" en het onderschrift "all purpose seasoning Condiment" zullen naar oordeel van het Bureau echter als volledig beschrijvend voor de betreffende waren worden opgevat, evenals de woorden "food market" in het bestreden teken.

45. Merk en teken delen het woord JUMBO, dat het meest onderscheidende woord is. Dit element neemt een eigen en zelfstandige plaats in, zowel in het ingeroepen recht als in het bestreden teken (GEU, Ecoblue, T-281/07, 12 november 2008).

46. Merk en teken zijn op begripsmatig vlak overeenstemmend.

*Visuele vergelijking*

47. Het ingeroepen recht is een gecombineerd woord-/beeldmerk dat bestaat uit een gele rechthoek met aan de linker- en onderkant rode versieringselementen. Bovenaan de rechthoek en onderaan zijn versieringstrips opgenomen, waarin bij nadere bestudering de woorden "le vrai goût" onderscheiden kunnen worden. Bovenin de rechthoek is een rode kroon opgenomen, met prominent hieronder de woorden JUMBO in het rood en "aroma" in het blauw, met daaronder het onderschrift "all purpose seasoning Condiment". Onder de wordelementen staan allerhande voedingsmiddelen afgebeeld, zoals een fles olijfolie, een pot, een zak curry poeder, een vijzel met inhoud, aardappelen, kruiden, knoflook, een ui, zout en peper. Het geheel heeft het uiterlijk van een verpakking of een etiket. Het bestreden teken is eveneens een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit het woord JUMBO in grote zwarte letters, met daaronder een zwarte rechthoek, waarvan de linkerbovenhoek is afgerond. In deze rechthoek staan de woorden "food market" in witte letters.

48. Een teken dat zowel uit beeld- als uit wordelementen bestaat, impliceert niet automatisch dat het wordelement altijd als het dominerende bestanddeel moet worden aangemerkt (zie in die zin GEU, T-3/04, KINJI by SPA, 24 november 2005). Hoewel merk en teken het woord JUMBO (in beide gevallen zeer prominent weergegeven) delen, zijn er ook verschillende elementen aan te wijzen, zoals het gebruik van de kleuren, de opmaak en de extra wordelementen.

49. De tekens zijn in visueel opzicht in zekere mate overeenstemmend.

*Auditieve vergelijking*

50. Een merk dat bestaat uit meerdere elementen zal over het algemeen namelijk worden afgekort tot iets dat makkelijk is uit te spreken (GEU, arrest Brothers by Camper, T-43/05, 30 november 2006). Het Bureau is van oordeel dat door de gekozen weergave in het ingeroepen recht de woorden JUMBO al dan niet in combinatie met Aroma en in het bestreden teken de woorden JUMBO al dan niet in combinatie met food markt uitgesproken zullen worden.

51. De tekens zijn op auditief vlak identiek, dan wel sterk overeenstemmend.

### *Conclusie*

52. De tekens zijn begripsmatig overeenstemmend, visueel in geringe mate overeenstemmend en auditief sterk overeenstemmend, dan wel identiek.

### **A.2. Globale beoordeling**

53. 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.

54. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn. Het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naar gelang van de soort waren of diensten waarom het gaat (arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds geciteerd). Voor de betreffende waren geldt dat het gebruikelijke consumptiegoederen betreft, waardoor het aandachtsniveau van de consument van een gemiddeld niveau zal zijn.

55. 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).

56. 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 Schuhfabrik Meyer, alle reeds geciteerd). Volgens opposant is het onderscheidend vermogen door langdurig en intensief gebruik enkel nog toegenomen (zie overweging 18). Deze stelling hoeft echter niet nader onderzocht te worden omdat zij niet van invloed zal zijn op de uitslag van deze procedure.

57. Voor wat betreft de reactie van verweerder dat er in geval van het element JUMBO eerder sprake is van een zwak onderscheidend vermogen (zie overweging 21), wijst het Bureau erop dat zelfs in het geval van een ouder merk met een beperkt onderscheidend vermogen (wat niet het geval is naar oordeel van het Bureau, zie hierboven overweging 44), er sprake kan zijn van gevaar voor verwarring, vanwege overeenstemming van de tekens en soortgelijkheid van de waren en diensten (Pages Jaunes, GEU, T-134/06, 13 december 2007).

58. Merk en teken zijn begripsmatig overeenstemmend, visueel in geringe mate overeenstemmend en auditief sterk overeenstemmend, dan wel identiek. De waren en diensten van verweerder zijn deels identiek, deels (sterk) soortgelijk en deels niet soortgelijk. In het algemeen stemmen twee merken overeen wanneer zij in de ogen van het relevante publiek tenminste voor een deel gelijk zijn wat één of meer relevante aspecten betreft (GEU, MATRATZEN, reeds geciteerd), te weten de visuele, auditieve en begripsmatige aspecten. Alles overwegend, is het Bureau van oordeel dat het in aanmerking komend

publiek kan menen dat de waren die hetzij identiek, hetzij (sterk) soortgelijk werden bevonden, afkomstig zijn van dezelfde of van economisch verbonden ondernemingen.

#### **B. Overige factoren**

59. Volgens verweerder is er door het gebruik van het bestreden teken, JUMBO, een grote bekendheid ontstaan (zie overweging 21). Het Bureau wijst erop dat ten eerste het onderscheidend vermogen van de ingeroepen recht beoordeeld wordt en bovendien kan verweerder in casu de bekendheid van het bestreden teken niet aanvoeren voor de eventuele stelling dat er geen gevaar voor verwarring van de conflicterende merken bestaat, aangezien vaststaat dat het bestreden teken jonger is dan het ingeroepen merk (zie HvJEU, La Española, C-498/07 P, 3 september 2009).

60. In het kader van de oppositieprocedure is er geen sprake van een veroordeling in de gemaakte kosten (zie overweging 24). 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).

#### **B. Conclusie**

61. Op grond van het bovenstaande is het Bureau van oordeel dat er sprake is van gevaar voor verwarring met betrekking tot de identieke en (sterk) soortgelijke waren.

#### **IV. BESLUIT**

62. De oppositie met nummer 2007213 wordt gedeeltelijk toegewezen.

63. Benelux depot 1240018 wordt niet ingeschreven voor de waren die identiek, dan wel (sterk) soortgelijk zijn bevonden:

Klasse 29	Vleesextracten; geleien.
Klasse 30	Zout, mosterd; azijn, kruidensausen; specerijen.

64. Benelux depot met nummer 1240018 wordt ingeschreven voor de waren die niet soortgelijk werden bevonden, dan wel waar de oppositie zich niet tegen richtte:

Klasse 29	Vlees, vis, gevogelte en wild; geconserveerde, bevroren, gedroogde en gekookte vruchten en groenten; jams, compote; eetbare oliën en vetten.
Klasse 30	Rijst; graanpreparaten.
Klasse 31	Verse vruchten en groenten.
Klasse 32	Siropen en andere preparaten voor de bereiding van dranken.
Klasse 35	Detailhandelsdiensten van supermarkten; reclame en promotie; publiciteit; organisatie en uitvoering van publicitaire evenementen en het samenstellen en verzorgen van reclame-uitingen; organisatie en uitvoering van promotionele acties en activiteiten (verkoop promotie).

65. Geen van de partijen wordt verwezen in de kosten op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 UR, aangezien de oppositie gedeeltelijk wordt toegewezen.

Den Haag, 13 februari 2014

Saskia Smits  
(*rapporteur*)

Camille Janssen

Diter Wuytens

Administratief behandelaar: Rudolf Wiersinga