

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2008289
van 17 oktober 2014

Opposant: **Chiara Boni & Sons S.r.l.**
Via Monte di Pietà, 19
20121 Milano
Italië

Gemachtigde: **Octrooibureau Arnold & Siedsma**
Sweelinckplein 1
2517 GK Den Haag
Nederland

Ingeroepen recht 1: **Europese inschrijving 11094059**

CHIARA BONI

Ingeroepen recht 2: **Europese inschrijving 7334006**

CHIARA BONI

tegen

Verweerder: **ETABLISSEMENTEN FR. COLRUYT, naamloze vennootschap**
Steenweg naar Edingen 196
1500 Halle
België

Gemachtigde: **GEVERS**
Holidaystraat 5
1831 Diegem
België

Betwiste merk: **Benelux depot 1255716**



I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 5 oktober 2012 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het gecombineerde woord-



/beeldmerk voor waren en diensten in de klassen 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 16, 18, 20, 21, 22, 24, 25, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 35 en 39. Dit depot is onder nummer 1255716 in behandeling genomen en gepubliceerd op 22 oktober 2012.

2. Op 3 december 2012 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen dit depot. De oppositie is gebaseerd op de volgende eerdere merken:

- Europese inschrijving 11094059 van het woordmerk CHIARA BONI, ingediend op 3 augustus 2012 en ingeschreven op 26 april 2013 voor waren en diensten in de klassen 9, 14 en 35;
- Europese inschrijving 7334006 van het woordmerk CHIARA BONI, ingediend op 22 oktober 2008 en ingeschreven op 14 mei 2009 voor waren en diensten in de klassen 3, 18 en 25.

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

4. De oppositie is oorspronkelijk ingesteld tegen een deel van de waren en diensten van het betwiste depot en is gebaseerd op een deel van de waren en diensten van de ingeroepen rechten. In zijn reactie beperkt opposant de diensten in klasse 35 waartegen de oppositie is gericht (zie overweging 23).

5. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14, lid 1, sub a 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 4 januari 2013.

8. Aangezien ingeroepen recht E 11094059 op dat moment nog niet was ingeschreven, werd de procedure voor de duur van de inschrijvingsprocedure ambtshalve opgeschort.

9. Op 2 mei 2013 heeft de gemachtigde van opposant het Bureau op de hoogte gebracht van de inschrijving van het eerste ingeroepen recht. Op 3 mei 2013 heeft het Bureau de inschrijving van dit ingeroepen recht, alsmede het einde van de ambtshalve opschorting en het begin van de cooling off aan partijen medegedeeld.

10. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 4 juli 2013. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") heeft op 10 juli 2013 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij aan opposant een termijn tot en met 10 september 2013 is gegeven om zijn argumenten en eventuele stukken ter onderbouwing van de oppositie in te dienen.

11. Op 9 september 2013 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze zijn op dezelfde dag door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 9 november 2013 is gegeven om hierop te reageren.

12. De verweerder heeft op 29 oktober 2013 gereageerd. Deze reactie is door het Bureau aan de opposant gezonden op 7 november 2013.

13. Op 2 juli 2014 heeft verweerder een verzoek tot wijziging van de gemachtigde naar GEVERS te Diegem, ingediend. Dit werd aan opposant medegedeeld op 4 juli 2014.

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

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

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

16. 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 opposant

17. Opposant merkt in de eerste plaats op dat hij zijn merk al meer dan 25 jaar gebruikt voor de genoemde waren. Het merk is de persoonsnaam van opposant en heeft door de jaren heen veel aanzien gekregen, stelt hij.

18. Volgens opposant is het dominante element van het betwiste teken (hij spreekt zelf over: "het teken van opposant"; naar wij aannemen abusievelijk) het element "BONI", omdat het in dikgedrukte zwarte letters is weergegeven en hierdoor zeer in het oog springt. Het woord "selection" is beschrijvend en veel kleiner geschreven. De letter "B" zal volgens opposant slechts worden gezien als de eerste letter van het woord "BONI".

19. Er bestaan volgens opposant zeer weinig merken in het Benelux register met het element BONI voor de waren in de klassen 3, 9, 18 en 25. Hij concludeert hieruit dat dit element dus zeer onderscheidend is voor deze waren. Dit onderscheidende en dominante element in het teken van verweerder wordt volgens opposant volledig in zijn merk geïntegreerd.

20. Op visueel vlak stelt opposant dat het teken van verweerder uit een figuratief element en twee woordelementen bestaat. Van de woordelementen springt het eerste element "BONI" meer in het oog,

meent opposant, en is duidelijk dominant. Merk en teken volgens hem bovendien beide uit twee woorden, waarbij het tweede element van het ingeroepen recht identiek is aan het dominante element van het betwiste teken. Er is volgens opposant dan ook sprake van een hoge mate van overeenstemming tussen merk en teken op visueel vlak.

21. De consument zal volgens opposant naar het betwiste teken verwijzen als "BONI selection", waarbij de nadruk komt te liggen op het element "BONI". De merken bestaan beide uit twee woorden, waarbij het eerste wordelement van het teken van verweerder identiek is aan het tweede wordelement van het merk van opposant. Hierdoor stemmen merk en teken op auditief vlak volgens opposant in hoge mate overeen.

22. Het woord "BONI" is de achternaam en "CHIARA" de voornaam van opposant, stelt opposant. Daarnaast betekent "BONI" in het Frans "bonus, winst, voordeel", aldus opposant. Het tweede deel van het betwiste teken, "selection", is volgens opposant beschrijvend aangezien het voor de betrokken waren vaak verwijst naar de collectie van een bepaalde ontwerper of verkoper. De tekens zijn op begripsmatig vlak deels identiek volgens opposant.

23. Bij zijn vergelijking van de waren en diensten richt opposant zijn oppositie, behalve tegen de waren in de klassen 3, 9, 18 en 25 nog slechts tegen een deel van de diensten in klasse 35.

24. Volgens opposant zijn de waren grotendeels identiek en voor het overige in hoge mate soortgelijk aan de waren van het ingeroepen recht. Omdat de diensten volgens opposant complementair zijn, zijn deze deels identiek en deels soortgelijk, zo stelt hij. Het betreft hier volgens hem immers het aanbieden van deels identieke en deels in hoge mate soortgelijke waren.

25. Door genoemde overeenstemming tussen de merken en het teken en door de soortgelijkheid van de waren en diensten meent opposant dat er een kans bestaat dat het publiek merk en teken zal verwarren. Hij verzoekt het Bureau de oppositie gegrond te verklaren en het betwiste teken te weigeren voor alle waren en voor eerder genoemde diensten.

B. Reactie verweerder

26. Verweerder legt uit dat opposant een Italiaans modehuis is dat de naam draagt van haar ontwerpster. Zij produceert en verkoopt kleding die "elegant, sexy, comfortabel en veelzijdig" is en onder meer gedragen wordt door beroemdheden. Deposant is een van de grootste distributeurs van voedingswaren en andere producten in de Benelux, stelt verweerder. Hij maakt deel uit van de Colruyt groep. De onderneming uit Halle bestaat al meer dan 80 jaar en tracht goederen te verkopen aan de laagste prijzen. Sinds meer dan 50 jaar is Colruyt houdster van verschillende merken die het woord "BONI" bevatten.

27. Volgens verweerder is het woord "BONI" op zichzelf niet zeer onderscheidend, aangezien het in verband kan worden gebracht met "goede" producten. Het volgens verweerder welbekende Latijnse woord "BONUS-BONI" staat voor "goed" en zeker in Italië maar ook in de rest van Europa zal de consument volgens verweerder deze link leggen. Het enige overeenstemmende element in de merken, het element "BONI", heeft volgens verweerder dan ook een geringe onderscheidingskracht. Verweerder stelt dat ook de opposant aangeeft dat "BONI" geen speciale betekenis heeft maar positieve zaken beschrijft. Volgens verweerder wordt dit bevestigd door het feit dat er veel merken zijn geregistreerd die het element "BONI" bevatten.

28. Verweerder meent dat het element "BONI" niet het dominante bestanddeel is van het betwiste teken omdat het kleiner is dan het beeldelement. Hierdoor is volgens hem de totaalindruk van de merken helemaal anders.

29. Op visueel vlak stemmen de merken en het teken volgens verweerder enkel overeen met betrekking tot één bestanddeel. In hun geheel stemmen de merken en het teken volgens hem niet overeen. Het onderscheidende en dominante bestanddeel van het betwiste teken is, meent verweerder, het figuratieve element. Globaal zijn de merken en het teken volgens hem dan ook verschillend.

30. Op auditief vlak zijn de merken en het teken volgens verweerder geheel verschillend. Zij hebben enkel het woord "BONI" gemeen. Bij zowel de merken als het teken ligt volgens verweerder de nadruk bij het langste woardelement, namelijk "Chiara" respectievelijk "selection", omdat deze meer lettergepen bevatten en omdat het element "BONI" minder onderscheidend is. Bovendien overheerst in het ingeroepen recht de Italiaanse klank, terwijl in het betwiste teken de Engelse klank overheerst.

31. Het element "BONI" in het betwiste teken zal volgens verweerder in verband worden gebracht met een persoon die houdt van goede producten, terwijl het in het ingeroepen recht staat voor een familienaam. De betekenis van "BONI" is in beide gevallen dus anders. De andere woardelementen zijn conceptueel volledig verschillend, meent verweerder. Het feit dat de merken en het teken gedeeltelijk overeenstemmen in het "BONI" element wordt volgens verweerder geneutraliseerd door de bewezen verschillen tussen hen.

32. Volgens verweerder bestaat er geen of slechts beperkte soortgelijkheid tussen de betrokken waren en diensten. De waren van het depot voor ontgeuring, ontstopping, ruitenwissen en ruitenreiniging zijn helemaal verschillend van de cosmetica van het ingeroepen recht, die wordt aangeboden aan beroemde vrouwen. Verweerder heeft de bedoeling zijn waren in klasse 3 als huismerk in zijn winkels aan te beiden, waardoor de prijs, het imago en de distributiewijze zeer verschillend zijn.

33. De waren in klasse 9 zijn allemaal anders volgens verweerder.

34. Voor wat betreft de waren in klasse 25 merkt verweerder op dat de waren van opposant van een geheel andere categorie zijn dan die van verweerder; ze worden aan andere klanten aangeboden via andere distributiekkanalen.

35. Slechts een beperkt deel van de diensten in klasse 35 van opposant komt volgens verweerder ook voor in zijn depot. Alle andere diensten, zoals marketing en reclamediensten, zijn volledig verschillend.

36. Verweerder concludeert dat duidelijk is dat de ingeroepen rechten en het betwiste depot een ander imago uitdragen. Niet alleen de merken en het teken en deels de waren en diensten zijn verschillend, maar ook de context is anders. De totaalindruk is dus helemaal verschillend, stelt verweerder, waardoor er geen sprake is van verwarringsgevaar en waardoor de oppositie ongegrond is.

37. Ten slotte verwijst verweerder naar een aantal, in zijn ogen vergelijkbare, beslissingen van het Bureau waarin opposities werden afgewezen omdat de merken niet voldoende overeenstemden.

38. Verweerder verzoekt het bureau de oppositie af te wijzen en haar kosten te vergoeden.

III. **BESLISSING**

A. **Verwarringsgevaar**

39. 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.

40. 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."

41. 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 tekens


42. 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).

43. 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).

44. 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).

45. Aangezien beide ingeroepen rechten identiek zijn, zullen zij samen behandeld worden. Voor de leesbaarheid van de beslissing zal naar de ingeroepen rechten worden verwezen met de aanduiding "ingeroepen recht". De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
CHIARA BONI	

46. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk, bestaande uit twee woorden van zes en vier letters, "CHIARA" en "BONI". Het bestreden teken is een gecombineerd woord-/beeldmerk dat bestaat uit het wordelement "BONI", geschreven in vetgedrukte afgeronde letters. Boven dit woord is, over de gehele breedte, een zwart vierkant geplaatst met afgeronde hoeken waarin een witte letter "B" is aangebracht. Ten slotte staat onder het woord "BONI" in kleinere letters het woord "selection".

Begripsmatige vergelijking

47. Het wordelement "selection" in het betwiste teken betekent onder meer "assortiment; collectie"¹. Dit element is beschrijvend voor de betreffende waren en diensten, aangezien deze allemaal een bepaald assortiment of een bepaalde collectie kunnen betreffen, wat opposant ook aangeeft (zie overweging 22). 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).

48. Hoewel in beginsel de consument meer belang zal hechten aan het eerste deel van een teken (zie in deze zin arrest GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004), valt in het ingeroepen recht onmiddellijk op dat het hier eigennamen betreft. Dit stelt ook opposant (zie overwegingen 17 en 22). Zoals door het GEU bevestigd in het arrest ENZO FUSCO, is het mogelijk dat het betrokken publiek in een teken bestaande uit een voor- en familienaam, doorgaans een familienaam meer onderscheidend vermogen zal toekennen. Dit kan evenwel variëren naargelang het land van de Gemeenschap (zie GEU, Enzo Fusco, T-185/03, 1 maart 2005). Dit werd bevestigd in de zaak Barbara Becker (GEU, Barbara Becker, T-212/07, 2 december 2008) waarin werd gesteld dat aan de voornaam Barbara minder gewicht toegekend zou kunnen worden dan aan de achternaam Becker. Het Bureau is van oordeel dat in de Benelux landen het publiek doorgaans ook meer onderscheidend vermogen zal toekennen aan een achternaam. De aandacht van het publiek wordt bij het ingeroepen recht derhalve naar het laatste bestanddeel, "BONI", getrokken.

¹ <http://www.interglot.nl/woordenboek/en/nl/zoek?q=selection&m=>

49. Opposant stelt dat “BONI” in het Frans “bonus, winst, voordeel” betekent (zie overweging 22) en verweerder meent dat deze aanduiding verwijst naar “goede producten” vanwege de Latijnse betekenis van het woord, namelijk “goed” (zie overwegingen 27 en 31). Het Bureau is echter van oordeel dat de gemiddelde Beneluxconsument aan dit element geen betekenis zal toekennen en het niet als beschrijvend zal opvatten.

50. Zoals gezegd (zie overweging 48) zal het ingeroepen recht naar het oordeel van het Bureau worden opgevat als een eigennaam. Deze heeft in casu geen begripsmatige inhoud.

51. Voor zover het publiek in het woordelement BONI de betekenis van “goed” ziet (zie overweging 49), is er sprake van een zekere mate van overeenstemming tussen de merken en het teken op begripsmatig vlak. Voor het andere deel is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde.

Visuele vergelijking

52. Bij samengestelde tekens (woord- en beeldelement) heeft het woordelement bovendien 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 voorliggende geval is het beeldelement van het betwiste teken niet volledig te veronachtzamen, gezien de plaats die het gebruikte figuratieve element inneemt in het geheel (zie in die zin ook Gerechtshof 's-Gravenhage, MOOVE-4MOVE, 200.105.827/0, 11 september 2012). Het woordelement BONI is echter duidelijk herkenbaar en neemt een prominente plaats in in het teken als geheel (zie GEU, YORMA'S, T-213/09, 15 februari 2011). Het woordelement “BONI” is dus het dominante deel van het betwiste teken.

53. Het dominante element “BONI” van het ingeroepen recht is integraal hernomen in het betwiste teken. Uit de rechtspraak volgt dat twee merken overeenstemmen wanneer zij uit het oogpunt van het relevante publiek ten minste voor een deel gelijk zijn wat één of meer relevante aspecten betreft (zie arresten Matratzen en Sabel, beide reeds aangehaald).

54. De totaalindruk van de tekens is in visueel opzicht in zekere mate overeenstemmend.

Auditieve vergelijking

55. Wat de vergelijking op auditief vlak betreft, dient eraan te worden herinnerd dat – strikt genomen – de fonetische weergave van een samengesteld teken overeenkomt met die van de woordbestanddelen ervan, ongeacht de grafische kenmerken van deze bestanddelen, die veeleer aan de orde komen in het kader van het onderzoek van het visuele aspect van het teken (zie arresten Gerecht EU van 25 mei 2005, PC WORKS, T-352/02 en van 21 april 2010, Thai Silk, T-361/08). In dit geval Het Bureau is van oordeel dat de enkele letter “B” niet extra uitgesproken zal worden als men refereert aan het bestreden teken (zie in die zin ook GEU, YORMA'S, reeds genoemd).

56. Hoewel het aangevraagde teken twee woorden bevat, en het oudere merk slechts één en de tekens dus verschillend zullen worden uitgesproken, is er toch sprake van een zekere auditieve overeenstemming van de twee tekens, in hun geheel beschouwd, doordat het tweede woord van het ingeroepen recht, dat hierin een zelfstandige en onderscheidende plaats inneemt, en het dominante woord van het betwiste teken, hetzelfde zijn en op dezelfde wijze worden uitgesproken.

57. Het Bureau is dan ook van oordeel dat de tekens op auditief vlak in zekere mate overeenstemmen.

Conclusie

58. De tekens zijn visueel en auditief in zekere mate overeenstemmend. Begripsmatig is er voor een deel van het publiek sprake van een geringe mate van overeenstemming, voor het andere deel is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde.

Vergelijking van de waren en diensten

59. 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).

60. Bij vergelijking van de waren en diensten 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. Hierbij wordt rekening gehouden met de beperking die door opposant in zijn argumenten is aangegeven (zie overweging 23).

61. De waren en dienstenlijsten van de ingeroepen rechten worden samengevoegd weergegeven. De te vergelijken waren en diensten zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
Klasse 3 Bleekmiddelen en andere wasmiddelen; reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen; zepen; parfumerieën, etherische oliën, cosmetische middelen, haarlotions; tandreinigingsmiddelen.	Klasse 3 Bleekmiddelen en andere wasmiddelen; ontvlekkers; reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen; zepen; parfumerieën, etherische oliën, cosmetische middelen, haarlotions, bad- en douchezepen en -gels; haargel; ontschminkingsmiddelen; tandreinigingsmiddelen; watten en wattenstokjes voor cosmetisch gebruik; ontharingsmiddelen; ontgeurders; ontstoppingspreparaten; ruitenwisservloeistoffen; reinigingsmiddelen voor ruiten; vaatwasmiddelen, tabletten voor de vaatwassers; waspoeders; toiletreinigingsmiddelen.
Klasse 9 Brillen, Zonnebrillen, Containers en Kettinkjes voor brillen, Lenzen.	Klasse 9 Wetenschappelijke, zeevaarkundige, landmeetkundige, fotografische, cinematografische, optische, weeg-, meet-, sein-, controle- (inspectie-), hulpverlenings- (reddings-) en onderwijsstoestellen en -instrumenten; apparaten en instrumenten voor de geleiding, de

	<p>distributie, de omzetting, de opslag, het regelen en het beheersen van elektriciteit; apparaten voor het opnemen, het overbrengen en het weergeven van geluid of beeld; magnetische en/of optische gegevensdragers, schijfvormige geluidsdragers; dvd's, cd's; SD-kaartjes; USB-sticks; telefoons, gsm's; verkoopautomaten en mechanismen voor apparaten met vooruitbetaling; kasregisters, rekenmachines, gegevensverwerkende apparatuur en computers; rekenmachines; brandblusapparaten; elektrische kabels, verlengdraden; zaklampen; batterijen en batterij-opladers.</p>
<p>Klasse 18 Leder en kunstleder en hieruit vervaardigde producten voor zover niet begrepen in andere klassen; dierenhuiden; reiskoffers en koffers; paraplu's, parasols en wandelstokken; zweepen en zadelmakerswaren.</p>	<p>Klasse 18 Leder en kunstleder en hieruit vervaardigde producten voor zover niet begrepen in andere klassen; dierenhuiden; koffers en reiskoffers; paraplu's, parasols en wandelstokken; zweepen en zadelmakerswaren; boekentassen; rugzakken; trolleys; portefeuilles, geldbeugels.</p>
<p>Klasse 25 Kledingstukken, schoeisel, hoofddeksels.</p>	<p>Klasse 25 Kledingstukken, ondergoed, sportsokken; babykleding; schoeisel, hoofddeksels.</p>
<p>Klasse 35 Verkoopdiensten, Ook online verleend, Met betrekking tot de volgende producten: En bleekmiddelen en andere wasmiddelen; Reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen, zepen; Parfumerieën, Essentiele oliën, Cosmetische, Haarlotions, Tandreinigingsmiddelen, Brillen, Zonnebrillen, Houders en kettinkjes voor brillen, Lenzen; Edele metalen en hun legeringen en hieruit vervaardigde of hiermee bedekte producten, Goud- en zilversmidswerk, Juwelierswaren, Edelstenen, Horloges, uurwerken en tijdmeetinstrumenten, Leder, kunstleder, Artikelen van deze materialen, Dierenhuid, dierenhuiden, Koffers, reistassen, Paraplu's, parasols, Wandelstokken, Zweepen en zadelmakerswaren, Kleding, Schoenen, Hoofddeksels.</p>	<p>Klasse 35 Detailhandelsdiensten van bleekmiddelen en andere wasmiddelen, van reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen van zepen, van cosmetische middelen, van haarlotions, van tandreinigingsmiddelen, van kaarsen, van pleisters en verbandmiddelen, van ontsmettingsmiddelen; voornoemde diensten ook via elektronische weg; kleinhandelsdiensten met betrekking tot bleekmiddelen en andere wasmiddelen, van reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen, van zepen, van cosmetische middelen, van haarlotions, van tandreinigingsmiddelen; zakelijke en publicitaire assistentie bij de verkoop van bleekmiddelen en andere wasmiddelen, van reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen, van zepen, van cosmetische middelen, van haarlotions, van tandreinigingsmiddelen; [marketing, reclame en] andere dergelijke assistentie inzake het commercieel beheren van zaken ter ondersteuning van de commercialisering van</p>

	bleekmiddelen en andere wasmiddelen, van reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen, van zepen, van cosmetische middelen van haarlotions, van tandreinigingsmiddelen.
--	--

Klasse 3

62. De waren *bleekmiddelen en andere wasmiddelen; reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen; zepen; parfumerieën, etherische oliën, cosmetische middelen, haarlotions en tandreinigingsmiddelen* komen *expressis verbis* voor in beide warenlijsten en zijn derhalve identiek.

63. *Ontvlekkers; ruitenwisservloeistoffen; reinigingsmiddelen voor ruiten; vaatwasmiddelen, tabletten voor de vaatwassers; waspoeders; toiletreinigingsmiddelen* zijn *reinigings- of ontvettingsproducten* als genoemd in de warenlijst van opposant. Hoewel zij alle een bepaalde specifieke werking hebben omdat ze voor het reinigen van verschillende producten bestemd zijn, hebben zij gemeen dat zij het schoonmaken en ontvetten tot doel hebben. Hun aard en bestemming is dus hetzelfde. Deze waren zijn dan ook identiek dan wel (sterk) soortgelijk.

64. De *ontgeurders* en *ontstoppingspreparaten* worden vaak gebruikt in combinatie met bepaalde reinigings- en/of ontvettingsmiddelen als genoemd in de warenlijst van opposant en hebben vaak dezelfde eigenschappen. Ontgeurders zullen vaak reinigen, ontstoppingspreparaten zullen vaak ook reinigen en ontvetten. Hun aard is dan ook hetzelfde. Dergelijke producten worden, ten slotte, vaak aangeboden door eenzelfde fabrikant. Ze zijn dan ook soortgelijk.

65. *Bad- en douchezeppen en -gels* vallen onder de ruimere formulering *zeppen* en zijn dus eveneens identiek dan wel (sterk) soortgelijk.

66. *Haargel* van verweerder en *haarlotion* van opposant zijn soortgelijk. Ze worden vaak samen gebruikt en zijn beide bestemd voor het verzorgen en stijlen van het haar, waardoor ze hetzelfde doel en dezelfde aard hebben en bestemd zijn voor hetzelfde publiek.

67. *Ontschminkingsmiddelen; watten en wattenstokjes voor cosmetisch gebruik en ontharingsmiddelen* vallen onder de ruimere noemer *cosmetische middelen* en zijn derhalve identiek.

Klasse 9

68. De *optische toestellen* en *-instrumenten* van verweerder kunnen de waren *brillen, zonnebrillen* en *lenzen* in klasse 9 van opposant omvatten. Deze zijn dan ook identiek dan wel (sterk) soortgelijk.

69. De overige waren in klasse 9 van verweerder zijn anders van aard, hebben een ander doel en zijn bestemd voor een ander publiek dan eender welke waar of dienst van het ingeroepen recht. Deze zijn dan ook niet soortgelijk.

Klasse 18

70. *Leder en kunstleder en hieruit vervaardigde producten voor zover niet begrepen in andere klassen; dierenhuiden; koffers en reiskoffers; paraplu's, parasols en wandelstokken; zweepen en zadelmakerswaren* komen *expressis verbis* voor in beide warenlijsten en zijn derhalve identiek.

71. Een *trolley* kan een koffer zijn in een bepaalde uitvoering, te weten een reiskoffer met wieltjes. Deze waar is dan ook identiek dan wel minstens (sterk) soortgelijk aan de waar reiskoffers van opposant.

72. *Boekentassen, rugzakken, portefeuilles en geldbeugels* worden vaak gekocht in combinatie met bijvoorbeeld (reis)koffers. Ze worden veelal aangeboden door dezelfde winkels en kunnen qua uiterlijk op elkaar zijn afgestemd, door de gebruikte materialen en het gebruikte dessin. Bovendien kunnen ze elkaar aanvullen: bij een koffer kan een rugtas handig zijn als handbagage; in een koffer kan een portefeuille worden bevestigd. Ze zijn soortgelijk.

Klasse 25

73. *Kledingstukken; schoeisel en hoofddeksels* komen *expressis verbis* voor in beide warenlijsten en zijn derhalve identiek.

74. De waren *ondergoed, sportsokken en babykleding* vallen onder de ruimere formulering *kledingstukken* in de warenlijst van opposant en zijn hieraan identiek.

Klasse 35

75. In het algemeen zijn diensten en waren naar hun aard verschillend. In geval van waren gaat het om fysieke producten die overgedragen kunnen worden en in het geval van diensten gaat het om ontastbare activiteiten die verricht worden. Inherent aan deze verschillen is dat de wijze van gebruik van waren en diensten ook verschillend is. Waren en diensten kunnen echter wel complementair zijn, bepaalde diensten kunnen immers niet uitgevoerd worden zonder gebruik te maken van bepaalde waren.

76. In deze context dient er aan herinnerd te worden dat er slechts sprake is van complementariteit wanneer de waren en/of diensten dermate onderling verbonden zijn dat de ene waar of dienst onontbeerlijk of belangrijk is voor het gebruik van de andere, zodat de consumenten kunnen denken dat de productie van beide waren en diensten in handen is van een en dezelfde onderneming (zie in deze zin GEU, The O STORE, T-116/06, 24 september 2008).

77. De *detailhandelsdiensten van bleekmiddelen en andere wasmiddelen, van reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen van zepen, van cosmetische middelen, van haarlotions, van tandreinigingsmiddelen; voornoemde diensten ook via elektronische weg* zijn identiek dan wel (sterk) soortgelijk aan de dienst *verkoopdiensten, ook online verleend, met betrekking tot de volgende producten: bleekmiddelen en andere wasmiddelen; reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen, zepen; cosmetische middelen, haarlotions, tandreinigingsmiddelen* van opposant. De detailhandelsdienst is immers een vorm van een verkoopdienst en deze hebben betrekking op identieke waren.

78. De diensten *detailhandelsdiensten van kaarsen, van pleisters en verbandmiddelen, van ontsmettingsmiddelen; voornoemde diensten ook via elektronische weg* hebben betrekking op waren die niet soortgelijk zijn aan de waren van opposant. Van enige complementariteit kan dan ook geen sprake zijn.

79. *Kleinhandelsdiensten* zijn een synoniem voor *detailhandelsdiensten*². Hetgeen in overweging 77 werd gesteld met betrekking tot de detailhandelsdiensten van de specifiek genoemde producten, is

² Groot Woordenboek van de Nederlandse taal van Van Dale, 14^e editie

ook hier van toepassing. De genoemde producten waarop de dienst betrekking heeft, zijn immers identiek.

80. De *zakelijke en publicitaire assistentie bij de verkoop van bleekmiddelen en andere wasmiddelen, van reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen, van zepen, van cosmetische middelen, van haarlotions, van tandreinigingsmiddelen en de [marketing, reclame en] andere dergelijke assistentie inzake het commercieel beheren van zaken ter ondersteuning van de commercialisering van bleekmiddelen en andere wasmiddelen, van reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen, van zepen, van cosmetische middelen van haarlotions, van tandreinigingsmiddelen* zijn diensten ter ondersteuning van de verkoopdiensten voor dezelfde waren van het ingeroepen recht. Deze diensten zijn nodig om de verkoopdiensten te laten renderen. Bovendien zijn deze diensten complementair, aangezien de assistentie bij de verkoop en commercialisering van genoemde producten nauw verbonden is met en zelfs niet kan plaatsvinden zonder de verkoop en commercialisering zelf.

Conclusie

81. De waren en diensten zijn deels identiek, deels (sterk) soortgelijk en deels niet soortgelijk.

A.2. Globale beoordeling

82. 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.

83. De beoordeling van de overeenstemming tussen twee merken dient te berusten op de totaalindruk die door de betrokken merken wordt opgeroepen, waarbij in het bijzonder rekening moet worden gehouden met hun onderscheidende en dominerende bestanddelen (arresten Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, beide reeds aangehaald).

84. 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). De betrokken waren en diensten zijn uit hun aard gericht op het grote publiek, waarbij van een normaal aandachtsniveau moet worden uitgegaan.

85. 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).

86. 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). Het ingeroepen recht beschikt van huis uit over een normaal onderscheidend vermogen, aangezien het geen kenmerk beschrijft van de waren en diensten in kwestie. Hierbij is van belang op te merken dat het onderscheidend vermogen van het ingeroepen recht niet het enige element is dat bij de beoordeling van

het verwarringsgevaar een rol speelt. Zelfs in het geval van een ouder merk met een beperkt onderscheidend vermogen, kan er sprake 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).

87. De tekens zijn visueel en auditief in zekere mate overeenstemmend. Begripsmatig is er voor een deel van het publiek sprake van een geringe mate van overeenstemming, voor het andere deel is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde. De waren en diensten van verweerder zijn deels identiek, deels (sterk) soortgelijk en deels niet soortgelijk. Alles overwegend, is het Bureau van oordeel dat het in aanmerking komend publiek kan menen dat de waren en diensten die identiek dan wel (sterk) soortgelijk werden bevonden, afkomstig zijn van dezelfde of van economisch verbonden ondernemingen.

B. Overige factoren

88. Met het feitelijke gebruik van de betrokken tekens (zie overwegingen 26, 32, 34 en 36) kan in het kader van een oppositieprocedure geen rekening worden gehouden, aangezien de vergelijking van de tekens uitsluitend plaatsvindt op basis van de registergegevens en eventuele gebruiksbewijzen. Zaken als marketing- en verkoopformules, die bovendien met de tijd kunnen wijzigen, spelen dus in het kader van een oppositie geen rol (HvJEU, Quantum, C-171/06, 15 maart 2007, O2 Holdings Limited, C-533/06, 12 juni 2008, GEU, Ferromix e.a., T-305/06-T-307/06, 15 oktober 2008).

89. Voor wat betreft de verwijzing van verweerder naar eerdere uitspraken van het Bureau (zie overweging 37), merkt het Bureau in de eerste plaats op dat niet duidelijk is waarom verweerder meent dat deze vergelijkbaar zouden zijn met de onderhavige oppositie. Bovendien wijst het Bureau erop dat het niet gebonden is aan eerdere uitspraken, noch aan uitspraken van andere instanties in al dan niet gelijkaardige zaken. Het Bureau dient een zelfstandige beslissing te nemen op basis van de in de Benelux geldende wetgeving en rechtspraak (zie in die zin ook GEU, T- 353/04, CURON, 13 februari 2007).

C. Conclusie

90. Op grond van het bovenstaande is het Bureau van oordeel dat er sprake is van gevaar voor verwarring met betrekking tot de identieke diensten.

IV. BESLUIT

91. De oppositie met nummer 2008289 wordt gedeeltelijk toegewezen.

92. Benelux depot 1255716 wordt niet ingeschreven voor de volgende waren en diensten:

Klasse 3: alle waren.

Klasse 9: optische toestellen en -instrumenten.

Klasse 18: alle waren.

Klasse 25: alle waren.

Klasse 35: Detailhandelsdiensten van bleekmiddelen en andere wasmiddelen, van reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen van zepen, van cosmetische middelen, van haarlotions, van tandreinigingsmiddelen; voornoemde diensten ook via elektronische weg; kleinhandelsdiensten met betrekking tot bleekmiddelen en andere wasmiddelen, van reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen, van zepen, van cosmetische middelen, van haarlotions, van tandreinigingsmiddelen; zakelijke en publicitaire assistentie bij de verkoop van bleekmiddelen en andere wasmiddelen, van reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen, van zepen, van cosmetische middelen, van haarlotions, van tandreinigingsmiddelen; [marketing, reclame en] andere dergelijke assistentie inzake het commercieel beheren van zaken ter ondersteuning van de commercialisering van bleekmiddelen en andere wasmiddelen, van reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen, van zepen, van cosmetische middelen van haarlotions, van tandreinigingsmiddelen.

56. Benelux depot 1255716 wordt wel ingeschreven voor de volgende waren en diensten:

Klasse 1 : alle waren.

Klasse 4 : alle waren.

Klasse 5 : alle waren.

Klasse 6 : alle waren.

Klasse 7 : alle waren.

Klasse 8 : alle waren.

Klasse 9: Wetenschappelijke, zeevaartkundige, landmeetkundige, fotografische, cinematografische, weeg-, meet-, sein-, controle- (inspectie-), hulpverlenings- (reddings-) en onderwijsstoestellen en -instrumenten; apparaten en instrumenten voor de geleiding, de distributie, de omzetting, de opslag, het regelen en het beheersen van elektriciteit; apparaten voor het opnemen, het overbrengen en het weergeven van geluid of beeld; magnetische en/of optische gegevensdragers, schijfvormige geluidsdragers; dvd's, cd's; SD-kaartjes; USB-sticks; telefoons, gsm's; verkoopautomaten en mechanismen voor apparaten met vooruitbetaling; kasregisters, rekenmachines, gegevensverwerkende apparatuur en computers; rekenmachines; brandblusapparaten; elektrische kabels, verlengdraden; zaklampen; batterijen en batterijopladers.

Klasse 11: alle waren.

Klasse 12: alle waren.

Klasse 16 : alle waren.

Klasse 20: alle waren.

Klasse 21: alle waren.

Klasse 22: alle waren.

Klasse 24: alle waren.

Klasse 28: alle waren.

Klasse 29: alle waren.

Klasse 30: alle waren.

Klasse 31: alle waren.

Klasse 32: alle waren.

Klasse 33: alle waren.

Klasse 35: Detailhandelsdiensten van kaarsen, van pleisters en verbandmiddelen, van ontsmettingsmiddelen, van schrijfbehoeften, van gerei en vaatwerk voor de huishouding of de keuken, van kammen en sponzen, van borstels, van glas-, porselein- en aardewerk, van weefsels en textielproducten, van dekens en tafellakens, van speelgoed, van sportartikelen en -toestellen, van huishoudtoestellen, van elektronische toestellen en instrumenten, van brandstoffen, van betaalmiddelen, van mobiele en vaste telecommunicatietoestellen en -instrumenten, van fototoestellen en -ontwikkeling, van tijdschriften en boeken, van apparaten voor het opnemen, het overbrengen en het weergeven van geluid of beeld, van magnetische en/of optische gegevensdragers, van schijfvormige geluidsdragers, van vlees, vis, gevogelte en wild, van vleesextracten, van geconserveerde, gedroogde en gekookte vruchten en groenten, van geleien, jams, compote, van eieren, melk en melkproducten, van eetbare oliën en vetten, van koffie, thee, cacao, suiker, rijst, tapioca, sago, koffiesurrogaten, van meel en graanpreparaten, van brood, van banketbakkers- en suikerbakkerswaren, van consumptie-ijs, van honing, van melassestroop, van gist en rijsmiddelen, van zout, van mosterd, van azijn, van kruidensausen, van specerijen, van ijs, van verse vruchten en groenten, van voedingsmiddelen voor dieren, van bieren, van minerale en gazeuse wateren en andere alcoholvrije dranken, van vruchtendranken en vruchtensappen, van siropen en andere preparaten voor de bereiding van dranken, van alcoholhoudende dranken, van tabak, van artikelen voor rokers, van lucifers; voornoemde diensten ook via elektronische weg; bedrijfsorganisatorische en bedrijfseconomische assistentie bij de commercialisering en exploitatie van detailhandelsbedrijven en warenhuizen; promotie- en reclamediensten en consultatiediensten hiermee verband houdend; bedrijfsorganisatorische advisering, met inbegrip van hulp en advies in verband met het oprichten van klein- en groothandelsdiensten; de administratieve verwerking van orders; het bijeenbrengen, voor derden, van diverse producten (uitgezonderd het transport daarvan) opdat de consument deze gemakkelijk kan bekijken en kopen; kleinhandelsdiensten

van kaarsen, van pleisters en verbandmiddelen, van ontsmettingsmiddelen, van schrijfbehoeften, van gerei en vaatwerk voor de huishouding of de keuken, van kammen en sponzen, van borstels, van glas-, porselein- en aardewerk, van weefsels en textielproducten, van dekens en tafellakens, van speelgoed, van sportartikelen en -toestellen, van huishoudtoestellen, van elektronische toestellen en instrumenten, van brandstoffen, van betaalmiddelen, van mobiele en vaste telecommunicatietoestellen en -instrumenten, van fototoestellen en -ontwikkeling, van tijdschriften en boeken, van apparaten voor het opnemen, het overbrengen en het weergeven van geluid of beeld, van magnetische en/of optische gegevensdragers, van schijfvormige geluidsdragers, van vlees, vis, gevogelte en wild, van vleesextracten, van geconserveerde, gedroogde en gekookte vruchten en groenten, van geleien, jams, compote, van eieren, melk en melkproducten, van eetbare oliën en vetten, van koffie, thee, cacao, suiker, rijst, tapioca, sago, koffiesurrogaten, van meel en graanpreparaten, van brood, van banketbakkers- en suikerbakkerswaren, van consumptie-ijs, van honing, van azijn, van kruidensausen, van specerijen, van ijs, van verse vruchten en groenten, van voedingsmiddelen voor dieren, van bieren, van minerale en gazeuse wateren en andere alcoholvrije dranken, van vruchtendranken en vruchtensappen, van siropen en andere preparaten voor de bereiding van dranken, van alcoholhoudende dranken, van tabak, van artikelen voor rokers, van lucifers; zakelijke en publicitaire assistentie bij de verkoop van kaarsen, van pleisters en verbandmiddelen, van ontsmettingsmiddelen, van schrijfbehoeften, van gerei en vaatwerk voor de huishouding of de keuken, van kammen en sponzen, van borstels, van glas-, porselein- en aardewerk, van weefsels en textielproducten, van dekens en tafellakens, van speelgoed, van sportartikelen en -toestellen, van huishoudtoestellen, van elektronische toestellen en instrumenten, van brandstoffen, van betaalmiddelen, van mobiele en vaste telecommunicatietoestellen en -instrumenten, van fototoestellen en -ontwikkeling, van tijdschriften en boeken, van apparaten voor het opnemen, het overbrengen en het weergeven van geluid of beeld, van magnetische en/of optische gegevensdragers, van schijfvormige geluidsdragers, van vlees, vis, gevogelte en wild, van vleesextracten, van geconserveerde, gedroogde en gekookte vruchten en groenten, van geleien, jams, compote, van eieren, melk en melkproducten, van eetbare oliën en vetten, van koffie, thee, cacao, suiker, rijst, tapioca, sago, koffiesurrogaten, van meel en graanpreparaten, van brood, van banketbakkers- en suikerbakkerswaren, van consumptie-ijs, van honing, van melassestroop, van gist en rijsmiddelen, van zout, van mosterd, van azijn, van kruidensausen, van specerijen, van ijs, van verse vruchten en groenten, van voedingsmiddelen voor dieren, van bieren, van minerale en gazeuse wateren en andere alcoholvrije dranken, van vruchtendranken en vruchtensappen, van siropen en andere preparaten voor de bereiding van dranken, van alcoholhoudende dranken, van tabak, van artikelen voor rokers, van lucifers; marktonderzoek; marketing, reclame en andere dergelijke assistentie inzake het commercieel beheren van zaken ter ondersteuning van de commercialisering van kaarsen, van pleisters en verbandmiddelen, van ontsmettingsmiddelen, van schrijfbehoeften, van gerei en vaatwerk voor de huishouding of de keuken, van kammen en sponzen, van borstels, van glas-, porselein- en aardewerk, van weefsels en textielproducten, van dekens en tafellakens, van speelgoed, van sportartikelen en -toestellen, van huishoudtoestellen, van sportartikelen en -toestellen, van huishoudtoestellen, van elektronische toestellen en instrumenten, van brandstoffen, van betaalmiddelen, van mobiele en vaste telecommunicatietoestellen en -instrumenten, van fototoestellen en -ontwikkeling, van tijdschriften en boeken, van apparaten voor het opnemen, het overbrengen en het weergeven van geluid of beeld, van magnetische en/of optische gegevensdragers, van

schijfvormige geluidsdragers, van vlees, vis, gevogelte en wild, van vleesextracten, van geconserveerde, gedroogde en gekookte vruchten en groenten, van geleien, jams, compote, van eieren, melk en melkproducten, van eetbare oliën en vetten, van koffie, thee, cacao, suiker, rijst, tapioca, sago, koffiesurrogaten, van meel en graanpreparaten, van brood, van banketbakkers- en suikerbakkerswaren, van consumptie-ijs, van honing, van melassestroop, van gist en rijsmiddelen, van zout, van mosterd, van azijn, van kruidensausen, van specerijen, van ijs, van verse vruchten en groenten, van voedingsmiddelen voor dieren, van bieren, van minerale en gazeuse wateren en andere alcoholvrije dranken, van vruchtendranken en vruchtensappen, van siropen en andere preparaten voor de bereiding van dranken, van alcoholhoudende dranken, van tabak, van artikelen voor rokers, van lucifers en diensten in het kader van "e-commerce"; administratieve afhandeling van bestellingen die langs elektronische weg geplaatst worden.

Klasse 39: alle diensten.

93. 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, 17 oktober 2014

Cocky Vermeulen
(rapporteur)

Camille Janssen

Saskia Smits

Administratief behandelaar: Gerda Veltman