



BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2010730
van 9 augustus 2018

Opposant: **MIP METRO Group Intellectual Property GmbH & Co. KG**
Metro-Strasse 1
40235 Düsseldorf
Duitsland

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

Ingeroepen recht: **Internationale inschrijving 1072829**



tegen

Verweerder: **COLRUYT GROUP SERVICES, naamloze vennootschap**
Edingensesteenweg 196
1500 Halle
België

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

Betwiste merk: **Benelux depot 1302142**



I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 6 januari 2015 heeft verweerder een Benelux depot verricht voor waren en diensten in de klassen 16, 35 en 41 van het gecombineerde woord-/beeldmerk:



Het depot is onder nummer 1302142 in behandeling genomen en gepubliceerd op 9 januari 2015.

2. Op 9 maart 2015 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op de eerdere internationale inschrijving 1072829 met aanduiding van onder andere de Benelux, ingediend op 1 december 2010 en ingeschreven op 1 september 2011 voor waren in de klassen 29, 30, 31 en 32, van het gecombineerde woord-/beeldmerk:



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

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren en diensten van het betwiste depot 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. De oppositie is ontvankelijk en is door het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") ter kennis gebracht van partijen op 20 maart 2015. In de loop van de administratieve fase van de procedure hebben beide partijen argumenten ingediend. Deze indienen voldoen aan de daaraan gestelde eisen in het BVIE en het bijbehorende uitvoeringsreglement (hierna: "UR"). Daarnaast is de procedure verschillende keren op verzoek van partijen opgeschort. De administratieve fase is afgerond op 24 februari 2017.

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

8. 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

9. Opposant stelt dat beide tekens bestaan uit de identieke woardelementen "FINE FOOD" en een beeldelement. De beeldelementen bestaan beide uit een simpele geometrische figuur met bovenin een rond embleem. Dergelijke grafische elementen in de vorm van een label zijn volgens opposant gebruikelijk in de handel van de betreffende waren en diensten, te weten de "food industry". Deze grafische elementen zullen dus niet de aandacht van de consument trekken en niet opgevat worden als dominerende en/of onderscheidende elementen van de te vergelijken tekens, aldus opposant.

10. Het dominerende bestanddeel van merk en teken zijn volgens opposant de identieke woardelementen "FINE FOOD". Visueel zijn de tekens hierdoor overeenstemmend en auditief identiek.

11. Volgens opposant zijn de beeldelementen conceptueel niet te vergelijken, behalve dan dat de beeldelementen allebei simpele "labels" zijn. Het woardelement "FINE FOOD" is conceptueel identiek.

12. Wat de vergelijking van de waren en diensten betreft, merkt opposant op dat deposant één van België's grootste supermarktketens is. Er moet volgens hem worden aangenomen dat het publiek bij het merk "FINE FOOD" direct een link met de FOOD sector legt, zelfs indien het merk wordt gebruikt voor die diensten die sec niet direct een link hebben met de food sector. Nu het betwiste teken het woardelement "FOOD" bevat, zal door het publiek bij gebruik van het teken door verweerder direct een associatie met voedingsmiddelen worden gelegd. Derhalve moet worden aangenomen dat de waren en diensten van verweerder soortgelijk zijn aan de voedingsmiddelen van opposant, zelfs buiten de waren en diensten die vanzelfsprekend als complementair/concurrerend moeten worden gezien, aldus nog opposant.

13. Het in aanmerking komend publiek van de waren en diensten is de gewone consument met een gemiddeld aandachtsniveau.

14. Opposant concludeert dat gezien de hoge mate van overeenstemming van de tekens en de soortgelijkheid en het complementaire karakter van de betreffende waren en diensten er sprake is van gevaar voor verwarring. Hij verzoekt de oppositie toe te wijzen en de verweerder te verwijzen in de kosten.

B. Reactie verweerder

15. Verweerder meent dat de gemiddelde consument van de betrokken waren de woardelementen "FINE FOOD" ongetwijfeld als zuiver beschrijvend zal opvatten voor de waren waarvoor het merk is ingeschreven. In dit licht beschikt het merk van opposant over zeer weinig onderscheidend vermogen, aldus verweerder. Er zijn geen bewijzen meegeleverd van enige inburgering of bekendheid die het onderscheidend vermogen alsnog zouden doen toenemen.

16. Zowel het teken als het merk bestaan uit de niet-monopoliseerbare termen "FINE FOOD" in combinatie met een beeldelement. De woardelementen nemen in beide tekens een verschillende positie in ten opzichte van het beeldelement. Tevens bestaat het teken uit een zwart vlak met daarin een witte letter C, terwijl het merk bestaat uit een zwarte omkadering met daarin een wereldbol. Visueel acht verweerder de tekens verschillend.

17. Gelet op het niet-onderscheidend karakter van de identieke woardelementen, weegt deze conceptuele overeenstemming niet op tegen de verschillen tussen de tekens, aldus verweerder.

18. Het element "C" in de bovenkant van het teken verwijst duidelijk naar de deposant, waardoor volgens verweerder de consument geneigd zal zijn om onmiddellijk de link te leggen naar Colruyt Fine Food. Bijgevolg vertonen de tekens geen overeenstemming op auditief vlak, aldus nog verweerder.

19. Geen van de aangevraagde waren en diensten van het teken zijn naar mening van verweerder soortgelijk aan de waren van het ingeroepen merk. Uit de klassenopgave van het teken valt onder meer duidelijk af te leiden dat het teken bedoeld is ter aanduiding van "detailhandelsdiensten" en niet ter aanduiding van waren als zodanig. Gelet op het bovenstaande stelt verweerder dat de waren en diensten niet identiek of soortgelijk zijn.

20. Gelet op het bovenstaande en in het bijzonder het zuiver beschrijvend karakter van de woordelmente "FINE FOOD", zijn volgens verweerder de visuele (en begripsmatige) verschillen voldoende om merk en teken van elkaar te onderscheiden. Bovendien is de visuele impact doorslaggevend bij de keuze van de waren van het ingeroepen merk. De waren en diensten zijn niet identiek of soortgelijk. Bijgevolg zal er zich geen verwarring voordoen, aldus verweerder.

21. Verweerder verzoekt de oppositie af te wijzen, het depot in te schrijven en de opposant in de kosten te verwijzen.

III. BESLISSING

A. Verwarringsgevaar

22. Overeenkomstig artikel 2.14, lid 1 BVIE kan de deposant of houder van een ouder merk, binnen een termijn van twee maanden vanaf 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.

23. 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."

24. 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 en de waren en diensten

25. 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).

26. 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).

27. 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).

28. De te vergelijken tekens en waren en diensten zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
	
	<p>KI 16 Drukwerken, gedrukte publicaties, pamfletten, periodieken, folders, posters en brochures, alle ter ondersteuning van detailhandelsdiensten van een warenhuis.</p>
<p>Cl 29 Meat, fish, poultry and game, meat extracts; preserved, dried and cooked fruits and vegetables; jellies, jams, compotes; eggs, milk and milk products; edible oils and fats; bouillon, bouillon concentrates, fat-containing mixtures for bread slices, butter, peanut butter, broth concentrates, meat jellies, fruit preserved in alcohol, preparations for making broths, fruit jellies, lobsters (not live), yoghurt, cocoa butter, crystallized fruits, potato chips, potato fritters, cheese, kefir, coconut butter, coconut (desiccated), broth, soups, croquettes, crustaceans (not live), liver pate, almonds (processed), margarine, milk beverages (milk predominating), whey, nuts (processed), olives (preserved), pickles, mushrooms (preserved and/or deep-frozen), pollen prepared as foodstuff, raisins, cream (whipped cream), sauerkraut, shellfish for food (not live), ham, soya beans (preserved) for food, bacon, gelatine for food, soup preparations, tofu, tomato puree, tomato juice for cooking, truffles (preserved), sausages (for frying and boiling), sausage products; products made from meat, fish, poultry and game, ground meat and meat</p>	

<p>preparations, ready-to-serve meals and semi-prepared meals, as well as salad mixtures, essentially consisting of meat and/or fish and/or poultry and/or sausage and/or game, ready-to-serve meals and semi-prepared meals, as well as salad mixtures, essentially consisting of fruit and/or vegetables; vegetable-based mixtures for bread slices, included in this class, buttermilk, fresh cream, soured milk, milk powder for food; dietetic food or food additives, not for medical purposes, on the basis of proteins and fats, with added vitamins, minerals, trace elements and fatty acids, singly or in combination, included in this class; fruit pulp; processed leguminous vegetables, namely peas, beans, lentils and pulses; processed potatoes and prepared potato products included in this class; cheese products and cheese preparations, coffee whitener, potato dumplings, potato puree, caviar, coconut milk; snack food, included in this class; extruded potato products for food, included in this class, potato sticks; dried fruits; hazelnut, peanut, macadamia nut, cashew kernels, pistachio kernels, dried, roasted, salted, baked and/or seasoned; French fries, curd, rösti (type of Swiss potato dish consisting of grated and fried potatoes), heavy sour cream, soya foodstuffs, included in this class, red fruit jellies; all the above-mentioned products in this class, where possible, either preserved or frozen.</p>	
<p>CI 30 Coffee, tea, cocoa, sugar, rice, tapioca, sago, artificial coffee; flours and preparations made from cereals, bread, pastry and confectionery, edible ices, honey, treacle; yeast, baking-powder, salt, mustard; vinegar, sauces (condiments); spices; ice for refreshment; flavorings (vegetable) for beverages, other than essential oils; flavorings (vegetable), other than essential oils; flavorings for cakes, other than essential oils; binding agents for cooking, binding agents for ice cream (edible ices), cookies, sweetmeats (candy), bread rolls, sandwiches, corn flakes, iced tea; essences for foodstuffs, except etheric essences and essential oils; meat tenderizers for household purposes, meat pies, meat gravies, spring rolls, pastries, cereal flakes, husked barley, tea-based beverages, condiments, glucose for food, gluten for food, coffee flavorings, coffee beverages, cocoa products, cocoa beverages, candy (sugar) for food, capers; potato flour for food; chewing gum, not for medical purposes; biscuits, crackers; ketchup (sauce); cake powder, cakes, cake paste, edible decorations for cakes; corn (milled), corn (roasted), corn flour, maltose, malt for human consumption,</p>	

<p>marzipan, mayonnaise; farinaceous foods; gruel, with a milk base, for food; nutmeg, flour-milling products, muesli; noodles, breadcrumbs, pasty, pies, pancakes (crepes), pizzas, popcorn, puddings, puffed maize, quiches, ravioli, dressings for salad, leaven, chocolate, chocolate-based beverages, mustard meal, soya flour, soya sauce, sorbets (edible ices), spaghetti, powders for ice cream, starch flour, starch for food, sushi, natural sweeteners, tacos, tapioca flour for food, tomato sauce, pasta, tarts, tortillas, waffles, condiment preparations for food, sugar confectionery, sweets, rusks, confectionery for decorating Christmas trees; ready-to-serve meals and semi-prepared meals, as well as salad mixtures, essentially consisting of rice and pasta; cereal products, cereal-based snacks; toast bread, sandwich bread, croissants and baguettes, also as sandwiches; crisp bread; hamburgers, vegetable burgers, hotdogs, all being sandwiches; rice snacks; extruded wheat, rice and corn products for food; maize chips, salted bread sticks, savory biscuits, pretzels; confectioneries, pralines, also filled, meringue products, chocolate products, chocolate-covered marshmallows, wine gums and fruit gums (confectionery), liquorice (confectionery); sweet mixtures for bread slices, included in this class; sweets and desserts, included in this class, instant pudding mixes, rice pudding; gnocchi, tortellini, macaroni, lasagne, spaetzle (type of south German pasta dish), swabian pockets (pasta squares filled with meat and vegetables); fruit sauces, ready-to-use sauces, remoulade; pepper; dietetic foodstuffs or nutritional supplements not for medical purposes, on the basis of carbohydrates and fibers, with added vitamins, minerals and trace elements, either singly or in combination, included in this class; garden herbs (preserved) (seasonings).</p>	
<p>CI 31 Agricultural, horticultural and forestry products and grains not included in other classes; live animals; fresh fruits and vegetables; seeds, natural plants and flowers; foodstuffs for animals; malt; algae for human or animal consumption; oysters (live); nettles, chicory salad, peanuts (fruits), chestnuts (fresh), fish spawn, cereal grains (unprocessed), hazelnuts, lobsters (live); potatoes, fresh; coconuts, coconut shells, lettuce, cork (rough), crustaceans (live), garden herbs (fresh); pumpkins, fresh; maize, nuts, olives (fresh), palm tree leaves, plants (dried) for decoration, mushrooms (fresh); rice unprocessed; grains (seeds); shellfish (live), seedlings, bred stock, truffles (fresh),</p>	

juniper berries, roots for food, sugar cane.	
<p>CI 32 Beers, mineral and aerated waters and other non-alcoholic drinks; fruit drinks and fruit juices; syrups and other preparations for making beverages; non-alcoholic aperitifs, powders for effervescing beverages, pastilles for effervescing beverages, non-alcoholic cocktails, peanut milk (soft drink), essences for making beverages, fruit nectars (non-alcoholic), vegetable juices (beverages), isotonic beverages, lemonades, syrups for lemonade, Lithia water, malt beer, milk of almonds (beverage), milk of almonds (syrup), whey beverages, must (unfermented), preparations for making liqueurs, sarsaparilla (soft drink), seltzer water, soda water, sherbets (beverages), table waters, tomato juice (beverage); grape must, unfermented; waters (beverages), fruit extracts (non-alcoholic), preparations for making aerated waters, preparations for making mineral waters.</p>	
	<p>KI 35 Detailhandelsdiensten in de food en non-food sector; bedrijfsorganisatorische en bedrijfseconomische assistentie bij de commercialisering en exploitatie van detailhandelsbedrijven en warenhuizen; promotie- en reclamediensten en consultatiediensten hiermee verband houdend; bedrijfsorganisatorische advisering en hulp op dit gebied in verband met het oprichten van detailhandels- en groothandelondernemingen; de administratieve verwerking van orders; het bijeenbrengen, voor derden, van diverse voedingswaren en consumentengoederen (uitgezonderd het transport daarvan) opdat de consument deze gemakkelijk kan bekijken en kopen; detailhandelsdiensten met betrekking tot voedingswaren en consumentengoederen; zakelijke en publicitaire assistentie bij de verkoop van food en non-food producten; marktonderzoek; detailhandelsdiensten in de food en non-food langs elektronische weg; marketing, reclame en dergelijke assistentie inzake het commercieel beheer van zaken ter ondersteuning van de commercialisering van food en non- foodproducten en diensten in het kader van "e-commerce", zijnde online detailhandels- en groothandelsdiensten; administratieve afhandeling van bestellingen die langs elektronische weg geplaatst worden; zakelijke administratie van licenties op producten en diensten van derden; verspreiding van reclameboodschappen; bijhouden van reclamedocumentatie; reclame; reclamebureaus;</p>

	<p>handelsinformatie en -adviezen voor consumenten; reclame door aanplakbiljetten; boekhouding; presentatie van goederen op communicatiemedia, voor verkoopdoeleinden; prijsvergelijkingsdiensten; demonstratie van producten; verspreiding van reclamemateriaal; zakelijke expertises; facturering; marktstudie en -onderzoek; marketing; mannequindiensten voor publiciteit of verkooppromotie; reclame (on-line) op een computernetwerk; salarisadministratie; fotokopiediensten; opiniepeiling; administratieve verwerking van bestelorders; bevoorrading voor derden (aanschaf van producten en diensten voor andere ondernemingen); productie van reclamefilms; public relations; uitgave van reclameteksten; schrijven (opstellen) van reclameteksten; reclame per radio; personeelswerving; verspreiding van monsters; abonnering op telecommunicatiediensten (voor derden); telemarketing; reclame per televisie; personeelsselectie via psychotechnisch onderzoek; advisering inzake personeel en personeelszaken; advisering inzake beroepskeuze; advisering inzake personeel en personeelszaken in het kader van loopbaanbegeleiding; advisering op het gebied van bedrijfsorganisatorische veranderingen; organiseren en houden van vakbeurzen en tentoonstellingen voor commerciële of reclaimedoeleinden; organiseren van tentoonstellingen of handelsbeurzen voor publicitaire of commerciële doeleinden; bijhouden en actualiseren van reclaimedocumentatie; handelsinformatie en -adviezen voor consumenten (consumer advice shop); direct mail advertising.</p>
	<p>KI 41 Onderwijs; opleidingen; cursussen; trainingen; voorlichting over onderwijs met behulp van oriëntatiedagen; organisatie van seminars, lezingen en workshops; het organiseren van tentoonstellingen en evenementen voor culturele en/of educatieve doeleinden; publiceren en uitgeven van (digitaal) cursus-, trainingsmateriaal en andere drukwerken.</p>

29. Het ingeroepen recht bestaat uit de wordelementen "FINE" en "FOOD", weergegeven in zwarte letters. De woorden staan onder elkaar geschreven met een horizontale streep tussen beide. Boven het woord "FINE" staat de afbeelding van een wereldbol en een gebogen lijn. Het geheel staat op een witte achtergrond en is omkaderd door een zwart kader met afgeronde hoeken.

30. Het betwiste teken bestaat uit een zwarte ruit met in de bovenste punt een gestileerde witte C in een vet lettertype. Daaronder staan in dunnere hoofdletters naast elkaar geschreven de wordelementen "FINE" en "FOOD". Onderin de zwarte ruit bevindt zich langs de rand een witte lijn.

31. De woordelmente "FINE" en "FOOD" in merk en teken zijn identiek. De woordelmente zullen in hun onderlinge samenhang als geheel gepercipieerd worden door het in aanmerking komend publiek en begrepen worden als aanduiding voor lekker eten, gastronomie, delicatessen.

32. 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 waren van het ingeroepen recht zijn immers alle voedingsmiddelen. Ook de waren en diensten van het bestreden teken houden verband of kunnen verband houden met (de verkoop van) voeding, hetgeen ook wordt bevestigd door verweerder. Het dominante bestanddeel van het ingeroepen recht en het betwiste teken bestaat dan ook uit de figuratieve elementen. Aan die vergelijking moet derhalve meer gewicht worden toegekend, maar het gaat daarbij uiteindelijk wel om de totaalindruk in het licht van de globale beoordeling van het gevaar voor verwarring (zie in die zin ook HvJEU, Limoncello, C-334/05 12 juni 2007).

33. De opmaak en vormgeving van merk en teken zijn verschillend. Zo staan in het merk de wereldbol en de woorden "FINE FOOD" centraal. In het bestreden teken wordt de aandacht getrokken door het zwarte vlak met daarin de vette letter C bovenin en daaronder "FINE FOOD".

34. De overeenkomsten tussen merk en teken zijn uitsluitend gelegen in de gemeenschappelijke beschrijvende woordelmente. Rekening houdend met het gebrek aan onderscheidend vermogen van de woordelmente, de dominante en onderscheidende bestanddelen van beide tekens die gelegen zijn in een volledig andere vormgeving, is het Bureau van oordeel dat de overeenkomsten niet opwegen tegen de verschillen en de tekens aldus onvoldoende overeenstemmen om tot verwarringsgevaar te kunnen concluderen.

Conclusie

35. Het Bureau is van oordeel dat de overeenkomsten niet opwegen tegen de verschillen. De tekens stemmen onvoldoende overeen om tot verwarringsgevaar te kunnen concluderen.

B. Conclusie

36. De tekens stemmen in hun totaalindruk niet overeen. Daarom is het Bureau niet meer toegekomen aan een vergelijking van de waren en diensten. Er kan immers geen sprake zijn van gevaar voor verwarring indien er geen overeenstemming is tussen de tekens, zelfs al zouden de waren en diensten identiek zijn (zie artikel 2.3, sub b BVIE en in die zin: GEU, easyHotel, T-316/07, 22 januari 2009, ECLI:EU:T:2009:14 en YOKANA, T-103/06, 13 april 2010, ECLI:EU:T:2010:137).

IV. BESLUIT

37. De oppositie met nummer 2010730 wordt afgewezen.

38. Het Benelux depot met nummer 1302142 wordt ingeschreven.

39. De opposant is 1.030 euro verschuldigd aan de verweerder op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 UR, aangezien de oppositie geheel afgewezen wordt. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 9 augustus 2018

Diter Wuytens
(*rapporteur*)

Tineke van Hoey

Camille Janssen

Administratieve behandelaar: Anna Dina Dikken