

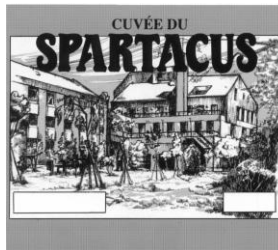
BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE

N° 2012151
van 26 juni 2018

Opposant: **Richard de Coster**
Rue Ferrer 39
6181 Gouy-Lez-Pieton
België

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

Ingeroepen recht: **Benelux inschrijving 503138**



tegen

Verweerder: **Patrick Kerger**
Onkerzelestraat 42
9500 Geraardsbergen
België

Gemachtigde: **deJuristen bvba**
Heernislaan 19
9000 Gent
België

Betwiste merk: **Benelux depot 1332268**



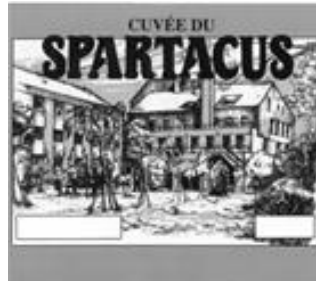
I. FEITEN EN PROCEDURE**A. Feiten**

1. Op 12 mei 2016 heeft verweerder voor waren en diensten in de klassen 21, 32 en 35 een Benelux merkaanvraag ingediend van het volgende gecombineerd woord-/beeldmerk:



Deze aanvraag is onder depotnummer 1332268 in behandeling genomen en gepubliceerd op 13 mei 2016.

2. Op 13 juli 2016 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op de eerdere Benelux inschrijving 503138, ingediend op 12 juli 1991 voor waren in klasse 32 van het volgende gecombineerde woord-/beeldmerk:



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

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

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 door het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") ter kennis gebracht van partijen op 15 juli 2016. In de loop van de administratieve fase van de procedure hebben beide partijen argumenten ingediend. De procedure verliep conform de daaraan gestelde eisen in het BVIE en het bijbehorende uitvoeringsreglement (hierna: "UR"). De administratieve fase is afgerond op 23 november 2016.

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 van opposant

17. Opposant meent dat het wordelement "Spartacus" in de tekens visueel de meeste aandacht trekt. Hoewel de beide tekens nog een niet overeenstemmend figuratief element bevatten, dat niet over het hoofd zal worden gezien, kan dit niet leiden tot de vaststelling dat er daardoor geen sprake is van overeenstemming tussen de tekens. Hij concludeert dan ook dat de tekens visueel overeenstemmen.

18. Het element "Spartacus" wordt identiek uitgesproken, aldus opposant. Hij meent tevens dat de consument zeer waarschijnlijk ook op deze manier naar zijn bieren zal verwijzen, gelet op de beschrijvende betekenis van de woorden "CUVÉE DE". Opposant concludeert dan ook dat de tekens auditief in hoge mate overeenstemmend zijn.

19. Conceptueel verwijzen beide tekens naar de bekende historische figuur "Spartacus". Bij het teken van verweerder wordt deze betekenis ondersteund door het figuratieve bestanddeel van de Romeinse helm. Conceptueel zijn de tekens volgens opposant identiek.

20. Voor wat betreft de vergelijking van de waren en diensten, stelt opposant dat de bieren in klasse 32 een nauwe band vertonen met de waren in klasse 21 van verweerder. Bij bierproducenten is het namelijk volgens hem gebruikelijk dat elk bier een eigen glas heeft. Ze zijn zodanig complementair dat ze als soortgelijk moeten worden beschouwd, aldus opposant. De waren in klasse 32 acht opposant identiek, dan wel in hoge mate soortgelijk. De diensten van verweerder in klasse 35 kunnen betrekking hebben op reclame voor bieren en zakelijk beheer en zakelijke administratie voor bierfabrikanten, brouwerijen en andere entiteiten die actief zijn in de biersector. De diensten van verweerder zijn volgens opposant dan ook soortgelijk aan de waren van opposant in klasse 32.

21. Het aandachtsniveau is volgens opposant normaal. Aangezien onderzoek in de merkenregisters met uitwerking in de Benelux aantonen dat er maar één inschrijving bestaat met het element "SPARTACUS", meent opposant dat zijn merk een hoge onderscheidende kracht heeft.

22. Aangezien bier veelal besteld wordt op plekken waar het luidruchtig is, zal eerder gebruik worden gemaakt van het element "SPARTACUS" of in ieder geval dit element vooral worden onthouden. De Benelux consument zal het teken opvatten als een variatie op het oudere merk, aldus nog opposant.

23. Gelet op het voorgaande meent opposant dat er sprake is van verwarringsgevaar. Hij verzoekt de oppositie geheel toe te wijzen en de inschrijving van het betwiste teken te weigeren.

B. Reactie van verweerder

24. Verweerder gaat in eerste instantie in op de ontstaansgeschiedenis van het bestreden teken, de inspiratie op de bijnaam van wielrenner Cancellara en met de bekendheid in Vlaanderen.

25. Door de verschillen in de beeldelementen en in het begin van de tekens, is verweerder van mening dat er geen sprake is van visuele overeenstemming. Het ingeroepen recht bestaat uit drie woorden, waar het teken er slechts één heeft. Bovendien wordt meer belang gehecht aan het begin van een teken. Verweerder concludeert dat er geen sterke auditieve overeenstemming tussen beide tekens bestaat.

26. Begripsmatig is er sprake van een verschillende betekenis. In het bestreden teken verwijst "Spartacus" naar de bijnaam van wielrenner Fabian Cancellara. Bij het ingeroepen recht is er volgens verweerder geen enkel verband met de wielwereld. Het is volgens hem gelinkt aan een rusthuis in de streek waar het bier wordt geproduceerd. Hij concludeert dan ook dat er geen begripsmatige overeenkomst bestaat.

27. Er is volgens verweerder sprake van een verhoogd aandachtsniveau, aangezien de liefhebber van streek- en speciaalbieren niet zonder voorkennis of grondige analyse zomaar iets uit de rekken zal nemen. Daarnaast is het bestreden teken niet in de winkel te verkrijgen. Meer zelfs, het etiket op de flesjes is niet conform de bepalingen van de relevante wetgeving en mag zelfs niet in de winkel worden geplaatst worden, aldus nog verweerder.

28. Volgens verweerder zijn de waren deels soortgelijk. Het ingeroepen merk omvat maar één soort waren. Het bestreden merk daarentegen is veel ruimer; de merknaam vertegenwoordigt zowel het bier als sponsoring voor wielrenners.

29. Hoewel er enige gelijklopendheid bestaat tussen de aangeboden waren, kan niet hetzelfde gezegd worden van de tekens, aldus verweerder. Juist omdat het bier Cancellara eert, komt dit merk veel meer bekendheid toe. Zo wordt het onder andere door Delhaize verdeeld. Het ingeroepen recht is eerder (beperkt) lokaal gekend in Wallonië. Verweerder meent dan ook dat het doelpubliek verschillend is en er bijgevolg geen verwarring mogelijk is.

30. Verweerder verzoekt het Bureau de oppositie af te wijzen en opposant in de kosten te verwijzen.

III. BESLISSING

A. Verwarringsgevaar

31. Overeenkomstig artikel 2.14, lid 1, sub a BVIE kan de deposant of houder van een ouder merk, binnen een termijn van twee maanden, te rekenen 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.

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

33. Volgens vaste rechtspraak over de uitleg 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, ECLI:EU:C:1998:442, Lloyd, C-342/97, 22 juni 1999, ECLI:EU:C:1999:323; 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, ECLI:NL:HR:2003:AK4818; Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).



Vergelijking van de tekens

34. 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, ECLI:EU:C:1997:528).

35. Deze globale beoordeling dient, wat de visuele, auditieve of begripsmatige overeenstemming van de merken in kwestie betreft, te berusten op de totaalindruk die door die merken wordt opgeroepen, waarbij in het bijzonder rekening dient te worden gehouden met de onderscheidende en dominerende bestanddelen ervan (HvJEU, Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, beide reeds geciteerd).

36. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of meerdere bestanddelen ervan worden gedomineerd (HvJEU, Limoncello, C-334/05 P, 12 juni 2007, ECLI:EU:C:2007:333). 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, ECLI:EU:T:2002:261 en El charcutero artesano, T-242/06, 13 december 2007, ECLI:EU:T:2007:391).

37. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
	

Begripsmatige vergelijking

38. Het ingeroepen recht bestaat uit de afbeelding van een gebouw met terrein en de woorden “CUVÉE DU SPARTACUS”. Het bestreden teken bestaat uit de afbeelding van een Romeinse legionairshelm met daaronder het woord “SPARTACUS”.

39. 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, ECLI:EU:T:2003:184). Dit is in casu het geval voor de elementen “CUVÉE DU”. Deze elementen geven namelijk aan dat het om een ‘speciaal’ bier gaat¹ en zullen ook als zodanig herkend worden door het publiek dat gewend is aan deze veelvuldig gebruikte aanduiding voor bieren en tevens wijnen. Het gemeenschappelijke en tevens meest onderscheidende en dominante element is “SPARTACUS”.

40. Spartacus is een bekende historische Romeinse slavenleider en is als zodanig bekend bij het Benelux publiek, mede door de films en TV-series die er over hem zijn gemaakt.

41. Het door de verweerder geopperde verschil in betekenis (zie punt 26) kan niet weerhouden worden. Het deel van het wiewerminnend publiek dat mogelijk in het woord Spartacus een verwijzing ziet naar de bijnaam van de Zwitserse wielrenner Fabian Cancellara, zal dit in beide tekens zien of in ieder geval weten dat deze bijnaam refereert aan de historische figuur.

42. Door het gemeenschappelijke onderscheidende bestanddeel “SPARTACUS” zijn de tekens begripsmatig overeenstemmend.

Visuele vergelijking

43. Het ingeroepen recht is een gecombineerd woord-/beeldmerk dat bestaat uit de afbeelding van een gebouw met terrein op een grijze rechthoekige achtergrond. Bovenin staan in kleine zwarte hoofdletters de woorden “CUVÉE DU” en daaronder over de afbeelding in vette meer gestileerde zwarte hoofdletters “SPARTACUS”. Het bestreden teken is eveneens een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit de afbeelding van een Romeinse helm met daaronder in een lettertype dat doet denken aan een Romeins schrift het gebogen woord “SPARTACUS” in zwarte hoofdletters.

44. In beginsel zal de consument meer belang hechten aan het eerste deel van een teken (zie in deze zin GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004, ECLI:EU:T:2004:79). Aangezien het eerste deel van het ingeroepen recht echter niet het meest onderscheidende woorelement is en tevens ook kleiner is weergegeven, waardoor het minder opvalt, is het Bureau van oordeel dat het

woordelement "SPARTACUS" in het merk meer de aandacht trekt. Hoewel het beeldelement van het ingeroepen recht zeker niet te verongeachzamen is (zie in die zin ook Gerechtshof 's-Gravenhage, MOOVE-4MOVE, 200.105.827/0, 11 september 2012, ECLI:NL:GHSGR:2012:BX8916), wordt de aandacht beslist ook getrokken door de grote vette zwarte hoofdletters van het woordelement "SPARTACUS".

45. Bij samengestelde tekens (woord- en beeldelement) heeft het woordelement vaak een grotere impact op de consument dan het beeldelement. Reden hiervoor is dat het publiek de tekens niet steeds analyseert en vaak naar het teken verwijst door gebruik te maken van het woordelement (zie in die zin ook GEU, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juli 2005, ECLI:EU:T:2005:289). In het bestreden teken zal het beeldelement worden opgevat als verbeelding van het woord hetgeen refereert aan de historische figuur Spartacus, de Romeinse slavenleider.

46. Hoewel de beeldelementen verschillen, is het Bureau van oordeel dat door de prominente positie en het onderscheidend karakter van het gemeenschappelijke element "SPARTACUS", de tekens visueel in zekere mate overeenstemmen.

Auditieve vergelijking

47. 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, ECLI:EU:T:2005:176 en van 21 april 2010, Thai Silk, T-361/08, ECLI:EU:T:2010:152).

48. Het ingeroepen recht bestaat uit drie woorden van respectievelijk twee, één en drie lettergrepen. Het bestreden teken bestaat uit één woord van drie lettergrepen. Hoewel ook hier in beginsel geldt dat de consument meer belang zal hechten aan het eerste deel van een teken (arrest Mundicor, reeds aangehaald), is zoals hiervoor reeds gesteld het begin van het ingeroepen recht niet het onderscheidende element van dit merk. Het onderscheidende en dominante woordelement, te weten de laatste drie van de zes lettergrepen, van het merk is identiek aan het enige woordelement van het bestreden teken.

49. Door het identieke woordelement dat tevens het meest onderscheidende is, is er sprake van auditieve overeenstemming.

Conclusie

50. Begripsmatig en auditief stemmen de tekens overeen. Visueel is er sprake van een zekere mate van overeenstemming.

Vergelijking van de waren en diensten

51. 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).

¹ <http://www.bierwoordenboek.com/Cuvée.ashx>

52. 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.

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

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
	KI 21 Glazen [drinkgerei]; Glazen, bekers en bargerei; Bekers (glas); Bekers van glas
CI 32 Bières. KI 32 Bieren.	KI 32 Bier; Bieren; Bier en brouwerijproducten; Dranken op basis van bier; Gearomatiseerde bieren
	KI 35 Reclame; Zakelijk beheer en zakelijke administratie
<i>NB: De oorspronkelijke classificatie is niet in het Nederlands. De vertaling is louter toegevoegd om de leesbaarheid te bevorderen.</i>	

Klasse 21

54. De waren in deze klasse zijn niet soortgelijk aan de waren van het ingeroepen merk. Hun aard en bestemming is verschillend van deze van de waren van het ingeroepen recht. De waren in deze klasse worden gebruikt om voeding of drank in te serveren en kunnen tevens een decoratief doel hebben. Het loutere feit dat de waren van opposant bijvoorbeeld in cafés in een dergelijk glas kunnen worden geserveerd is onvoldoende om te concluderen dat er sprake is van soortgelijkheid. Deze waren worden niet verkocht of verdeeld via dezelfde distributiekanaalen en ook niet los te koop aangeboden. De verkoop als promotionele aanbieding van bieren samen met een glas, maakt deze conclusie niet anders. Het publiek zal dit immers niet anders opvatten dan een poging van de fabrikant van het bier om de verkoop hiervan te verhogen en niet denken dat een deel van de activiteiten van deze fabrikant gewijd is aan de productie en distributie van glazen en bekers. (zie GEU, Waterford Stellenbosch, T-105/05, 12 juni 2007, ECLI:EU:T:2007:170).

Klasse 32

55. De waren in klasse 32 betreffen bieren en brouwerijproducten. Deze zijn identiek, dan wel sterk soortgelijk aan de waren in klasse 32 van het ingeroepen recht.

Klasse 35

56. 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.

57. Het Bureau is van oordeel dat de diensten in klasse 35 van verweerder niet soortgelijk zijn aan de waren van opposant. Weliswaar kan opposant in het kader van de productie van bieren wellicht ook activiteiten verrichten die vergelijkbaar zijn met deze diensten, zoals het voeren van reclame, zakelijk

beheer en zakelijke administratie voor eigen rekening, maar het essentiële verschil is dat diensten per definitie verricht worden ten behoeve van derden. Het enkele feit dat een onderneming vergelijkbare activiteiten ontplooit in het kader van zijn eigen bedrijfsvoering, maakt deze diensten nog niet soortgelijk. Deze diensten zijn naar hun aard en bestemming verschillend van de waren van opposant en zijn niet complementair. Bovendien worden deze diensten doorgaans niet geleverd door dezelfde ondernemingen, zodat het publiek er niet eenzelfde herkomst aan zal toedichten.

Conclusie

58. De waren en diensten in de klassen 21 en 35 zijn niet soortgelijk. De waren in klasse 32 zijn identiek, dan wel sterk soortgelijk.

B. Globale beoordeling

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

60. De 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, beide reeds geciteerd).

61. 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, reeds geciteerd). Voor de waren in kwestie, die alle ruim geformuleerd zijn, kan niet geconcludeerd worden dat er sprake is van een bijzonder aandachtsniveau van dit publiek, waardoor er voor de beoordeling van de onderhavige oppositie uitgegaan wordt van een normaal aandachtsniveau. Het argument van verweerder kan dan ook niet weerhouden worden.

62. 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). Aangezien het ingeroepen recht geen kenmerken beschrijft van de relevante waren, is het Bureau van oordeel dat het over een normaal onderscheidend vermogen beschikt.

63. De waren en diensten zijn deels identiek, dan wel sterk soortgelijk en deels niet soortgelijk. Begripsmatig en auditief stemmen de tekens overeen. Visueel is er sprake van een zekere mate van overeenstemming. Het Bureau is op grond van de voorgaande overwegingen van oordeel dat het publiek kan menen dat de identieke, dan wel sterk soortgelijke waren in kwestie afkomstig zijn van dezelfde, dan wel economisch verbonden ondernemingen.

C. Overige factoren

64. Met het feitelijke gebruik van de betrokken tekens 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 de 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, ECLI:EU:C:2007:171, O2 Holdings Limited, C-533/06, 12 juni 2008, ECLI:EU:C:2008:339; GEU, Ferromix e.a., T-305/06-T-307/06, 15 oktober 2008, ECLI:EU:T:2008:444).

D. Conclusie

65. Op grond van het voorgaande besluit het Bureau dat er sprake is van gevaar voor verwarring met betrekking tot de identieke, dan wel soortgelijke waren.

IV. BESLUIT

66. De oppositie met nummer 2012151 wordt gedeeltelijk toegewezen.

67. Het Benelux depot met nummer 1332268 wordt niet ingeschreven voor de volgende waren:

- klasse 32 (*alle waren*)

68. Het Benelux depot met nummer 1332268 wordt wel ingeschreven voor de volgende waren en diensten:

- klasse 21 (*alle waren*)
- klasse 35 (*alle diensten*)

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

Den Haag, 26 juni 2018

Diter Wuytens
(*rapporteur*)

Willy Neys

Pieter Veeze

Administratieve behandelaar: Rémy Kohlsaet