



**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**  
**BESLISSING inzake OPPOSITIE**  
**Nº 2011951**  
**van 3 juli 2017**

**Opposant:** **CAMUS LA GRANDE MARQUE**  
Rue Marguerite de Navarre 29  
16100 Cognac  
Frankrijk

**Gemachtigde:** **Novagraaf Belgium S.A./N.V.**  
Terhulpensesteenweg 187  
1170 Brussel  
België

**Ingeroepen recht:** **Uniemerkt 3782844**  
  
CAMUS

*tegen*

**Verweerder:** **Sas Distilleries BVBA**  
Kwakkelstraat 71  
9190 Stekene  
België

**Gemachtigde:** /

**Betwiste merk:** **Benelux depot 1327987**  
  
Camulos

## **I. FEITEN EN PROCEDURE**

### **A. Feiten**

1. Op 4 maart 2016 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het woordmerk "Camulos" voor waren in de klassen 31, 32 en 33. Het depot is onder nummer 1327987 in behandeling genomen en gepubliceerd op 10 maart 2016.
2. Op 10 mei 2016 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op het Uniemerkt 3782844 van het woordmerk CAMUS, ingediend op 19 april 2004 en ingeschreven op 10 augustus 2005 voor waren in klasse 33.
3. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van het ingeroepen recht.
4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren van het betwiste depot en is 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 door het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") ter kennis gebracht van partijen op 11 mei 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 1 december 2016.

## **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 het merk CAMUS van huis uit een sterk onderscheidend merk is omdat het geen enkele verwijzing inhoudt of betekenis heeft met betrekking tot de waren waarvoor het merk bestemd is.
10. Opposant overweegt dat visueel meer dan de helft van de letters aan het begin van het bestreden teken identiek is aan vier van de vijf letters van het ingeroepen merk. Ook de laatste letter S van beide tekens is identiek. Het enige verschil zit hem in de derde laatste en de voorlaatste letters L en

O in het bestreden teken. Deze letters zullen de visuele overeenstemming niet opheffen. Auditief gezien zal het Franstalige en Nederlandstalige publiek de eindletter S in het merk niet uitspreken, aldus opposant, dit naar het voorbeeld van de naam van de beroemde Franse schrijver. Voor dat deel van het publiek zullen het ingeroepen merk CAMUS en de twee eerste lettergrepen van het bestreden teken identiek worden uitgesproken. Het enige verschil zit hem in de eindklank. Een ander deel van het publiek spreekt wellicht wel de eindletter S uit in het ingeroepen merk. Voor dat deel van het publiek is er auditieve overeenstemming tussen de letters CAMU en de eindletter S in beide tekens. Wat de begripsmatige vergelijking van de tekens betreft, meent opposant dat beide tekens op zich geen betekenis hebben zodat een begripsmatige vergelijking niet aan de orde is.

11. Wat betreft de vergelijking van de waren, argumenteert opposant dat de waren voor een deel identiek en voor een deel sterk soortgelijk zijn.

12. Voorts stelt opposant dat de waren hier bestemd zijn voor het grote publiek zodat van een normaal aandachtsniveau moet worden uitgegaan.

13. Opposant besluit dat het in aanmerking komend publiek kan menen dat de waren afkomstig zijn van dezelfde of van een economisch verbonden onderneming. Hij verzoekt het Bureau daarom de ingestelde oppositie gegrond te verklaren, de inschrijving van het bestreden teken te weigeren en verweerder te veroordelen tot het betalen van de kosten.

#### **B. Argumenten verweerder**

14. Verweerder voert aan dat hij op het ogenblik van de indiening van de aanvraag het merkenregister heeft gecontroleerd en heeft vastgesteld dat de naam CAMULOS nog niet als merk werd ingeschreven voor waren in de klassen 31, 32 en 33.

15. Het bestreden teken is volgens verweerder een sterk onderscheidend merk omdat het geen enkele verwijzing inhoudt of betekenis heeft met betrekking tot de waren waarvoor het teken is gedeponneerd, namelijk eau-de-vie van peren en eventueel later ook een perenwijn of perenlikeur. Verweerder toont twee afbeeldingen van flessen waarvan één het ingeroepen merk draagt en de ander het bestreden teken. Wat het bestreden teken betreft, stelt hij dat dit een ambachtelijk geproduceerd product is van een kleine Belgische onderneming met duidelijke verwijzing naar de naam en het wapenschild van de producent. Het teken zal worden uitgesproken als "káa-múu-los". Het product van opposant daarentegen is volgens verweerder een massaproduct van een grote Franse onderneming met duidelijke verwijzing naar de naam van de producent. Het merk zal worden uitgesproken als "káamus", "ka-mús", dan wel "ka-mú".

16. Verweerder stelt dat met de twee extra toegevoegde letters voor de consument het woord CAMULOS ook visueel totaal anders is dan CAMUS. Door de toevoeging van deze twee letters krijgen de twee woorden ook een totaal andere connotatie/associatie die voor de consument onmiddellijk opvalt. Bovendien staan deze twee tekens vermeld op labels van twee totaal verschillende waren met een totaal verschillende trade dress. Ook dit reduceert het verwarringsgevaar naar nihil, aldus verweerder. Auditief gezien zijn volgens verweerder beide tekens duidelijk verschillend. Begripsmatig verwijst het merk naar de beroemde Franse schrijver. De consument zou echter ook een associatie kunnen maken met een soort keukenkruid of een soort Arabisch voorgerecht (cfr. humus). Het bestreden teken verwijst naar een keltische/menapische God. De consument kan het teken echter ook

associëren met Camelot, het kasteel van koning Arthur. Ook begripsmatig is er dus duidelijk geen sprake van verwarring.

17. Wat de vergelijking van de waren betreft stelt verweerder dat deze verschillend zijn.

18. Verder stelt verweerder dat het in casu gaat om alcoholische dranken die enkel door volwassenen worden aangekocht. Het gaat ook over eerder duurdere waren met een duidelijk verschil qua naam, betekenis, prijs, geur, smaak en uitzicht. Er wordt ook zeer duidelijk verwezen naar de respectievelijke producenten, die eveneens zeer verschillend zijn. Van verwarringsgevaar kan volgens verweerder geen sprake zijn. Verweerder verzoekt het Bureau dan ook de oppositie af te wijzen, het bestreden teken in te schrijven en de opposant te veroordelen tot het betalen van de kosten.

### **III. BESLISSING**

#### **A.1 Verwarringsgevaar**

19. 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 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 b BVIE of dat verwarring kan stichten met zijn algemeen bekende merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

20. 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."

21. 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***

22. 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).

23. 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.

24. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
CAMUS	Camulos

*Visuele vergelijking*

25. Het ingeroepen recht is een woordmerk van vijf letters, CAMUS. Het bestreden teken is eveneens een woordmerk bestaande uit zeven letters, Camulos.

26. In beginsel zal de consument meer belang hechten aan het eerste deel van een teken (GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004). Het Bureau stelt vast dat de vier eerste letters CAMU en de laatste letter S in merk en teken identiek zijn. De tekens verschillen door de toevoeging van de letters LO in het bestreden teken.

27. Het Bureau besluit dat de tekens visueel in zekere mate overeenstemmen.

*Auditieve vergelijking*

28. Het ingeroepen recht zal in twee lettergrepen worden uitgesproken als CA-MUS. Het bestreden zal in drie lettergrepen worden uitgesproken als CA-MU-LOS.

29. Ook bij de auditieve vergelijking geldt dat de consument in beginsel meer belang zal hechten aan het eerste deel van het teken (GEU, Mundicor, reeds aangehaald). Het Bureau overweegt dat de eerste vier letters CAMU in merk en teken identiek zullen worden uitgesproken. De laatste letter S in het merk zal door een deel van het publiek wel, maar door een ander deel van het publiek, en dan voornamelijk het Franstalige publiek, niet worden uitgesproken. De uitspraak van de tekens verschilt dan door de letters LO in het bestreden teken en mogelijks ook door de uitspraak van de laatste letter S in het merk in zoverre dat deze door een deel van het publiek niet zal worden uitgesproken.

30. Het Bureau is van oordeel dat het merk en het teken auditief in zekere mate overeenstemmen.

*Begripsmatige vergelijking*

31. Een deel van het publiek zal het ingeroepen recht opvatten als een verwijzing naar de bekende Franse schrijver Albert Camus. Het overige deel van het publiek zal aan het merk geen betekenis toekennen.

32. Wat het bestreden teken betreft, meent het Bureau dat het Benelux publiek dit zal opvatten als een fantasiebenaming. In tegenstelling tot wat verweerder aanvoert, is het Bureau van oordeel dat het in aanmerking komend publiek geen associatie zal maken met een Keltische God (zie punt 16).

33. Het Bureau besluit daarom dat een begripsmatige vergelijking hier niet aan de orde is.

#### *Conclusie*

34. Het ingeroepen merk en het bestreden teken stemmen visueel en auditief in zekere mate overeen. Een begripsmatige vergelijking is niet aan de orde.

#### ***Vergelijking van de waren***

35. 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).

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

37. De te vergelijken waren zijn derhalve de volgende:

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
	KI 31 Verse peren.
	KI 32 Bieren.
KI 33 Alcoholhoudende dranken (uitgezonderd bieren); Vruchtenextracten, alcoholhoudend; Alcoholhoudende extracten; Alcoholhoudende essences.	KI 33 Gedistilleerde dranken; Perenwijn.

#### *Klasse 31*

38. De waren “verse peren” van verweerder zijn niet soortgelijk aan de waren van opposant. De alcoholhoudende dranken kunnen weliswaar hun (verre) oorsprong vinden in verse vruchten zoals peren, maar zij zijn naar hun aard, bestemming en gebruik geheel verschillend daarvan. De dranken van opposant worden pas verkregen na een (omvangrijk) verwerkingsproces, waardoor zij onherkenbaar zijn vervormd van hun prille vruchten. In dat verwerkingsproces is alleen de fabrikant geïnteresseerd, maar de consument heeft uitsluitend belangstelling voor het eindproduct en zal zelf veelal de link niet meer leggen met het oorspronkelijke natuurproduct, of zelfs een verkeerde voorstelling daarvan koesteren. Van de complementariteit van deze waren zal de consument dan ook hooguit een vage notitie hebben. Van concurrentie tussen deze waren is al helemaal geen sprake. Gelet op het reeds genoemde complex verwerkingsproces dat de peren dienen te ondergaan, is dit niet weggelegd voor de gewone consument. Ook kennen deze waren doorgaans niet dezelfde distributiekkanalen. In supermarkten worden de waren aangeboden op verschillende afdelingen, duidelijk van elkaar gescheiden aangezien de versafdeling een strikt aangepast klimaat vergt. Ook in detailhandels is het niet gebruikelijk deze waren gezamenlijk aan te bieden. Deze waren zijn dan ook niet soortgelijk.

*Klasse 32*

39. De waren “bieren” van verweerder zijn soortgelijk aan de waren “alcoholhoudende dranken (uitgezonderd bieren)” van opposant. Deze dranken worden immers beide bij en in dezelfde gelegenheden genuttigd. Ze zijn derhalve concurrerend. Bovendien worden bieren, die een subcategorie zijn van alcoholische dranken, verkocht op dezelfde plaatsen waar zij zich in dezelfde rayons of in aanpalende rayons bevinden als de alcoholische dranken (GEU, ROSALIA DE CASTRO, T-421/10, 5 oktober 2011).

*Klasse 33*

40. De waren “gedistilleerde dranken; perenwijn” van verweerder zijn identiek aan de waren “alcoholhoudende dranken (uitgezonderd bieren)” van opposant. Wanneer de door het oudere merk aangeduide waren de in de merkaanvraag opgegeven waren omvatten, worden deze waren als dezelfde beschouwd (zie in die zin GEU, Fifties, T-104/01, 23 oktober 2002 en GEU, Arthur et Félicie, T-346/04, 24 november 2005). Aangezien gedistilleerde dranken en perenwijn alle alcoholhoudende dranken zijn, zijn deze waren dus identiek.

*Conclusie*

41. De waren van het bestreden teken zijn deels identiek, deels soortgelijk en deels niet soortgelijk aan de waren van het ingeroepen recht.

**A.2 Globale beoordeling**

42. 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.

43. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn. Het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naargelang van de soort waren of diensten waarom het gaat (arrest Lloyd, reeds geciteerd). De betrokken waren zijn uit hun aard gericht op het grote publiek, waarbij van een normaal aandachtsniveau moet worden uitgegaan.

44. 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 C-342/97, reeds geciteerd).

45. Daarnaast is het verwarringsgevaar des te groter naarmate de onderscheidingskracht van het oudere merk sterker is. Merken die hetzij van huis uit, hetzij wegens hun bekendheid op de markt, een sterke onderscheidingskracht hebben, genieten dus een ruimere bescherming dan merken met een geringe onderscheidingskracht (HvJEU, Canon, Sabel en Lloyd, alle reeds geciteerd). Het ingeroepen recht beschikt van huis uit over een normaal onderscheidend vermogen, aangezien het geen kenmerk beschrijft van de waren in kwestie voor het in aanmerking komend publiek in de Benelux.

46. Ook is van belang nog op te merken dat de gemiddelde consument slechts zelden de mogelijkheid heeft verschillende merken rechtstreeks met elkaar te vergelijken, maar aanhaakt bij het onvolmaakte beeld dat bij hem is achtergebleven (arrest Lloyd, reeds aangehaald).

47. Merk en teken zijn visueel en auditief in zekere mate overeenstemmend, een begripsmatige vergelijking is niet aan de orde en de betrokken waren zijn deels identiek, deels soortgelijk en deels niet soortgelijk. Op deze gronden, en gelet op hun onderlinge samenhang, is het Bureau van oordeel dat het in aanmerking komend publiek kan menen dat de identieke en soortgelijke waren afkomstig zijn van dezelfde of van een economisch verbonden onderneming.

## **B. Overige factoren**

48. Verweerder merkt op dat het bestreden teken nog niet eerder als merk werd ingeschreven voor waren in de klassen 31, 32 en 33. Een dergelijk argument is niet pertinent, aangezien het Bureau enkel beoordeelt of er sprake is van verwarringsgevaar tussen merk en teken, dat dit teken de enige inschrijving is voor deze waren speelt bij deze beoordeling dan ook geen rol (zie punt 14).

49. Verweerder verwijst in zijn argumenten nog naar het werkelijke gebruik van de tekens (zie punten 15 en 16). Met het feitelijke gebruik van de betrokken tekens kan in het kader van een oppositieprocedure echter geen rekening worden gehouden, aangezien de vergelijking van de tekens uitsluitend plaatsvindt op basis van de registergegevens. 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).

50. In het kader van de oppositieprocedure is er geen sprake van een veroordeling in de gemaakte kosten (zie punten 13 en 18). Er is enkel voorzien in een kostenverwijzing, die is vastgesteld op het vaststaande bedrag van de oppositietaks, indien de oppositie volledig wordt toegewezen (of afgewezen).

## **C. Conclusie**

51. Het Bureau is van oordeel dat er sprake is van gevaar voor verwarring voor wat betreft de identieke en soortgelijke waren.

## **IV. BESLUIT**

52. De oppositie met nummer 2011951 wordt gedeeltelijk toegewezen.

53. Het Benelux depot met nummer 1327987 wordt niet ingeschreven voor de volgende waren:

- Klasse 32: Alle waren.
- Klasse 33: Alle waren.

54. Het Benelux depot met nummer 1327987 wordt wel ingeschreven voor de volgende waren:

- Klasse 31: Alle waren.



55. 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, 3 juli 2017

Tineke Van Hoey

(*rapporteur*)

Saskia Smits

Pieter Veeze

Behandelaar: Gerda Veltman