



BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
Nº 2011998
van 9 augustus 2018

Opposant: **Stitch & Couture, Inc.**
224 West 30th Street
New York, NY 10001
Verenigde Staten van Amerika

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

Ingeroepen merk: **Uniemerkt 8337909**
LELA ROSE

tegen

Verweerder: **JKT Advertising Limited**
Ingles Manor Castle Hill Avenue
CT20 2RD Folkestone
Groot-Brittannië

Gemachtigde: **Trademarkers Merkenbureau C.V.**
Amersfoortsestraatweg 33 B
1401 CV Bussum
Nederland

Betwiste merk: **Benelux depot 1329187**
Lela.com

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 23 maart 2016 heeft verweerder een Benelux depot van het woordmerk "Lela.com" verricht voor waren en diensten in de klassen 20, 25 en 35. Dit depot is onder nummer 1329187 in behandeling genomen en gepubliceerd op 25 maart 2016.
2. Op 20 mei 2016 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen dit depot. De oppositie is gebaseerd op de eerdere Uniemerkschrijving 8337909 van het woordmerk "LELA ROSE", ingediend op 3 juni 2009 en ingeschreven op 15 april 2011, ter onderscheiding van waren in de klassen 18 en 25.
3. De opposant is daadwerkelijk de houder van de ingeroepen inschrijving, zoals blijkt uit het register.
4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren en diensten in de klassen 25 en 35 van het bestreden 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 25 mei 2016. In de loop van de administratieve fase van de procedure hebben beide partijen argumenten ingediend. Deze indieningen voldoen aan de daaraan gestelde eisen in het BVIE en het bijbehorende uitvoeringsreglement (hierna: "UR"). De administratieve fase is afgerond op 21 maart 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 van opposant

9. Hoewel de tekens bij hun vergelijking in principe in hun geheel dienen beschouwd te worden, staat het volgens opposant buiten kijf dat het element "LELA" duidelijk meer onderscheidend is en de aandacht voornamelijk hierop gevestigd dient te worden. Hierbij merkt opposant nog op dat de suffix ".com" elk onderscheidend vermogen ontbeert aangezien het de meest populaire en wijdverspreide gTLD betreft.

10. Beide tekens vangen aan met het identieke woord "LELA". Er is dan ook volgens opposant sprake van een aanzienlijke mate van visuele overeenstemming. Op auditief vlak acht hij de tekens zeer gelijkaardig door de identieke uitspraak van het gemeenschappelijke element "LELA". Begripsmatig hebben geen van beide tekens een betekenis voor het publiek.

11. De waren in klasse 25 vindt opposant identiek. De diensten met betrekking tot kleding in klasse 35 van het bestreden teken zijn naar zijn mening zeer gelijkaardig aan de waren uit klasse 25 van opposant. De overige diensten in klasse 35 zijn gelijksoortig aan de waren van opposant in de klassen 18 en 25 in zoverre deze diensten betrekking hebben op kledij, handtassen en andere modeaccessoires.

12. Het onderscheidend vermogen van het ingeroepen recht is normaal, aldus opposant.

13. In het licht van de onderlinge samenhang tussen de soortgelijkheid van de waren en diensten en de overeenstemming van de tekens, is de opposant van mening dat er sprake is van gevaar voor verwarring. Hij verzoekt om die redenen de inschrijving van het teken te weigeren voor de betrokken waren en diensten en de verweerder te verwijzen in de kosten.

B. Reactie van verweerder

14. Verweerder erkent dat er aantal overeenkomsten in de lijst van waren en diensten van de twee tekens zijn. Echter, simpelweg omdat er algemene taal wordt gebruikt, is dit volgens hem niet voldoende om aan te geven dat ze identiek zijn. Er zijn in ieder geval duidelijke verschillen. Daarom is verweerder van mening dat het rechtvaardig is om te veronderstellen dat zijn waren kunnen worden verkocht op verschillende verkooppunten, een andere bestemming hebben en worden geproduceerd door verschillende fabrikanten, alsmede worden gericht op diverse doelgroepen. Daarnaast zijn volgens verweerder de vorderingen van opposant met betrekking tot de gelijkens tussen klasse 35 en de klassen 18 en 25 volledig ongegrond.

15. Visueel acht verweerder de tekens verschillend. Zo zal de consument het extra element "ROSE" van het merk waarnemen en onthouden en zal dit niet worden verward met het totaal andere element ".com" uit het bestreden teken. Ook auditief vindt verweerder de tekens verschillend. Enkel de uitspraak van de eerste twee lettergrepen valt samen. De overige lettergrepen zijn naar zijn mening significant anders.

16. Conceptueel zal het bestreden teken als een website worden opgevat. Volgens verweerder is de ".COM" op zichzelf voldoende om de merken te differentiëren in hun conceptuele betekenis. In ieder geval bevordert het extra element "ROSE" uit het merk de conceptuele verschillen. Verweerder concludeert dat de merken conceptueel verschillend zijn.

17. Volgens verweerder kan het niet zo zijn dat een entiteit handelend onder elke mogelijke variatie van het woord "LELA" een monopolie claimt over de gehele markt en over andere handelsnamen met elk woord dat ook maar enigszins op "LELA" lijkt.

18. De verschillen tussen de merken zijn naar mening van verweerder al voldoende om de oppositie af te wijzen. Aangezien niet aan de voorwaarden voor verwarringsgevaar is voldaan, verzoekt verweerder het depot in te schrijven en de opposant verwijzen in 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 Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom 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.

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, ECLI:EU:C:1998:442, Lloyd Schuhfabrik Meyer, 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; Hof van Beroep Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

Vergelijking van de waren en diensten

22. 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).

23. Bij vergelijking van de waren van het ingeroepen recht waarop de oppositie is gebaseerd 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.

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

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KI 18 Handtassen, pukkels, rugzakken, ransels, portefeuilles, beurzen, strandtassen, aktetassen, handkoffers, koffers, reiskoffers, draagtassen, schooltassen en paraplu's.	

<p>KI 25 Kledingstukken, waaronder overhemden, topjes, blouses, T-shirts, jurken, avondjurken, bruidsjaponnen, rokken, broeken, pantalons, spijkerbroeken, korte broeken, truien, sweatshirts, trainingsbroeken, riemen (ceintuurs), handschoenen, jassen, anoraks, jasjes, blazers, capes, sjaals, halsdoeken, breigoederen, maillots, lange japonnen, nachtkleding, lingerie en onderkleding, schoeisel, waaronder schoenen, laarzen, sandalen, sportschoenen, gymschoenen en slossen, pantoffels en slippers, hoofddeksels, waaronder hoeden, petten, hoofddeksels en hoofdbanden.</p>	<p>CI 25 Clothing; footwear; headgear; swimwear; sportswear; leisurewear.</p> <p><i>KI 25 Kleding; schoeisel; hoofddeksels; zwemkledij; sportkleding; vrijetijdskleding.</i></p>
	<p>CI 35 Provision of information and advice to consumers regarding the selection of products and items to be purchased; provision of business and commercial information; business consultancy services; assistance and advice regarding business organization and management; advertising; advertising particularly services for the promotion of goods; arranging of contracts for the purchase and sale of goods and services, for others; market research and marketing studies; compilation of computer databases; office functions; retail services relating to furniture; retail services connected with the sale of clothing and clothing accessories; online retail store services in relation to clothing.</p> <p><i>KI 35 Verstrekken van informatie en advies aan de consument met betrekking tot de selectie van aan te schaffen producten en items; verschaffen van zakelijke en commerciële informatie; business consultancy diensten; bijstand en advies met betrekking tot zakelijke organisatie en management; reclame; reclame in het bijzonder diensten voor de promotie van goederen; bemiddeling bij contracten voor de aankoop en verkoop van goederen en diensten voor anderen; marktonderzoek en marketing studies; compilatie van databases; kantoor functies; retail diensten met betrekking tot meubelen; detailhandelsdiensten in verband met de verkoop van kleding en kledingaccessoires; online detailhandelsdiensten met betrekking tot kleding.</i></p>

	<i>NB: De oorspronkelijke classificatietaal is niet het Nederlands. De vertaling is louter toegevoegd om de leesbaarheid te bevorderen.</i>
--	---

Klasse 25

25. De waren “*schoeisel; hoofddekseis*” komen expressis verbis voor in zowel merk en teken en zijn derhalve identiek. De toevoeging beginnend met “*waaronder*” in het ingeroepen merk, betreft een niet exhaustieve opsomming en verandert niets aan deze vaststelling.

26. De waar “*kleding*” van het bestreden teken is identiek de waar “*kledingstukken*” van het ingeroepen recht. De “*sportkleding; vrijetijdskleding*” van het bestreden teken zijn eveneens kledingstukken en omvatten tevens de waren “*korte broeken, sweatshirts, trainingsbroeken*” die zijn genoemd in het ingeroepen recht. Volgens vaste rechtspraak kunnen de waren van verweerder en opposant beschouwd worden als identiek nu de waren waarvoor het oudere merk werd ingediend onderdeel uitmaken van een meer algemene categorie waarop de merkaanvraag betrekking heeft (GEU, Metabiomax, T-281/13, 11 juni 2014, ECLI:EU:T:2014:440). Bovendien is de “*sportkleding*” ook soortgelijk te achten aan de waar “*sportschoenen*”. Deze waren zijn gericht op hetzelfde publiek die ze ook vaak samen dragen en op elkaar afstemmen, worden veelal door dezelfde fabrikanten gemaakt en via dezelfde verkooppunten verkocht. De waar “*zwemkledij*” valt eveneens onder de ruimere noemer kledingstukken en is soortgelijk aan onder andere de korte broeken. Zwemkleding omvat immers niet alleen badpakken en zwembroeken, maar ook shorts.

27. De waren in klasse 25 zijn deels identiek en deels identiek, dan wel minstens soortgelijk.

Klasse 35

28. 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.

29. 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, ECLI:EU:T:2008:399).

30. De diensten “*detailhandelsdiensten in verband met de verkoop van kleding en kledingaccessoires; online detailhandelsdiensten met betrekking tot kleding*” kunnen niet verleend worden zonder de waren van het ingeroepen recht. De verhouding tussen de in de detailhandel aangeboden diensten en de door het oudere merk aangeduide waren wordt in casu gekenmerkt door een dermate nauw verband dat de waren onontbeerlijk of op zijn minst juist belangrijk zijn voor het verrichten van deze diensten, aangezien deze diensten worden aangeboden naar aanleiding van de verkoop van deze waren. Zoals het Hof van Justitie van de EU in het arrest Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte (C-418/02, 7 juli 2005, ECLI:EU:C:2005:425) heeft geoordeeld, is het doel van de

detailhandel de verkoop van waren aan consumenten, waarbij het Hof overigens heeft opgemerkt dat deze handel naast de verkoop als rechtshandeling alle activiteiten omvat die de marktdeelnemer verricht om de totstandkoming van die verkoop te bevorderen. Dergelijk diensten, die dus worden verricht met het oog op de verkoop van een aantal specifieke waren, hebben zonder deze waren geen enkel nut. De diensten zijn derhalve in casu complementair aan de waren van het ingeroepen merk, waardoor er in casu sprake is van een zekere mate van soortgelijkheid (zie arrest, The O STORE, reeds aangehaald).

31. Voor wat betreft de overige diensten in klasse 35, te weten "*verstrekken van informatie en advies aan de consument met betrekking tot de selectie van aan te schaffen producten en items; verschaffen van zakelijke en commerciële informatie; business consultancy diensten; bijstand en advies met betrekking tot zakelijke organisatie en management; reclame; reclame in het bijzonder diensten voor de promotie van goederen; bemiddeling bij contracten voor de aankoop en verkoop van goederen en diensten voor anderen; marktonderzoek en marketing studies; compilatie van databases; kantoor functies; retail diensten met betrekking tot meubelen*" kan een dergelijke onderlinge verbondenheid niet worden vastgesteld, waardoor er ook geen sprake kan zijn complementariteit. Er is voor deze diensten dan ook geen sprake van soortgelijkheid.

Conclusie

32. De waren zijn deels identiek en deels identiek, dan wel minstens soortgelijk. De diensten zijn deels in zekere mate soortgelijk en deels niet soortgelijk.

Vergelijking van de tekens

33. 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).

34. 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).

35. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
LELA ROSE	Lela.com

36. Het Bureau is van oordeel dat noch het bestanddeel "LELA" noch het bestanddeel "ROSE" duidelijk naar voren komt als het dominerende bestanddeel van het ingeroepen recht. Het zou onnatuurlijk zijn te stellen dat het woord "LELA" dominerend is, omdat dit het eerste bestanddeel van het merk is, maar evenmin bestaat er enige reden om het bestanddeel "ROSE" als dominerend aan te merken (zie in die zin GEU, Westlife, T-22/04, 4 mei 2005, ECLI:EU:T:2005:160).

Begripsmatig

37. Merk noch teken hebben een vaststaande betekenis.

38. Het element ".com" zal door het Benelux publiek begrepen worden als de *gTLD* (generiek topleveldomein) van een commerciële website en zal hierdoor niet als dominant en onderscheidend bestanddeel worden beschouwd. Zo oordeelde ook het Gerecht dat de uitgang ".com" louter ondergeschikt van aard is, aangezien deze enkel naar een elektronisch adres op internet verwijst (zie GEU, arrest Pagesjaunes.com, T-134/06, 13 december 2007, ECLI:EU:T:2007:387).

39. Aangezien merk en teken in hun geheel geen vaststaande betekenis hebben, is een begripsmatige vergelijking niet aan de orde.

Visueel

40. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk bestaande uit twee woorden van elk vier hoofdletters, te weten "LELA" en "ROSE". Het bestreden teken is eveneens een zuiver woordmerk, bestaande uit een woord van vier letters, te weten "Lela" gevolgd door de gTLD ".com". Enkel de eerste letter van het bestreden teken is een hoofdletter. Echter, het verschil in het gebruik van hoofdletters en kleine letters doet niet terzake bij de beoordeling van de visuele overeenstemming van twee woordmerken (zie ook in die zin GEU, *babalu*, T-66/11, 31 januari 2013, ECLI:EU:T:2013:48).

41. 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). Het begin van merk en teken, het eerste woord, is identiek.

42. Op grond van het voorgaande concludeert het Bureau dat er sprake is van een zekere mate van visuele overeenstemming.

Auditief

43. Ook op auditief vlak geldt dat in beginsel meer aandacht zal uitgaan naar het begin van een teken (zie *Mundicor*, reeds aangehaald). Het ingeroepen recht bestaat uit twee woorden van in totaal drie lettergrepen [LE - LA - ROSE]. Het bestreden teken bestaat eveneens uit twee woorden, maar door de scheiding van deze twee woorden door een punt, is er in het teken sprake van in totaal vier lettergrepen [LE - LA - DOT/PUNT/POINT - COM]. De eerste twee lettergrepen zijn identiek.

44. Wat het woardelement ".COM" van het bestreden teken betreft, is het Bureau van oordeel dat deze niet per se bij de uitspraak zal worden betrokken. Voor de auditieve vergelijking moet immers (vooral) worden gekeken naar de uitspraak van het dominerende woardelement, te weten LELA, dat in casu bijzonder in het oog springt (zie ook BBIE, *Tresbien-être*, oppositiebeslissing 2002421, 17 augustus 2009). Ook zal een merk dat bestaat uit meerdere elementen over het algemeen worden afgekort tot iets

wat makkelijk is uit te spreken (GEU, arrest *Brothers by Camper*, T-43/05, 30 november 2006, ECLI:EU:T:2006:370).

45. Het Bureau is van oordeel dat er op auditief vlak sprake is van een zekere mate van overeenstemming.

Conclusie

46. Een begripsmatige vergelijking is in casu niet aan de orde. Visueel en auditief stemmen de tekens in zekere mate overeen.

A.2. Globale beoordeling

47. 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.

48. 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).

49. 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 en diensten in kwestie 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.

50. 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 ingeroepen recht over een normaal onderscheidend vermogen beschikt.

51. De waren zijn deels identiek en deels identiek, dan wel minstens soortgelijk. De diensten zijn deels in zekere mate soortgelijk en deels niet soortgelijk. Visueel en auditief stemmen de tekens in zekere mate overeen. Een begripsmatige vergelijking is niet aan de orde. Op grond van het bovenstaande is het Bureau van oordeel dat het publiek kan menen dat de identiek, dan wel soortgelijk bevonden waren en diensten afkomstig zijn van dezelfde, dan wel economisch verbonden ondernemingen.

B. Conclusie

52. Op grond van het voorgaande besluit het Bureau dat er sprake is van gevaar voor verwarring met betrekking tot de identieke, dan wel soortgelijk bevonden waren en de in zekere mate soortgelijke diensten.

IV. **BESLUIT**

53. De oppositie met nummer 2011998 wordt gedeeltelijk toegewezen.

54. Het Benelux depot met nummer 1329187 wordt niet ingeschreven voor de volgende waren en diensten:

- Klasse 25 (*alle waren*)
- Klasse 35 Detailhandelsdiensten in verband met de verkoop van kleding en kledingaccessoires; online detailhandelsdiensten met betrekking tot kleding.

55. Het Benelux depot met nummer 1329187 wordt wel ingeschreven voor de volgende waren en diensten, waartegen de oppositie al dan niet was gericht:

- Klasse 20 (*alle waren*)
- Klasse 35 Verstrekken van informatie en advies aan de consument met betrekking tot de selectie van aan te schaffen producten en items; verschaffen van zakelijke en commerciële informatie; business consultancy diensten; bijstand en advies met betrekking tot zakelijke organisatie en management; reclame; reclame in het bijzonder diensten voor de promotie van goederen; bemiddeling bij contracten voor de aankoop en verkoop van goederen en diensten voor anderen; marktonderzoek en marketing studies; compilatie van databases; kantoor functies; retail diensten met betrekking tot meubelen

56. 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, 9 augustus 2018

Diter Wuytens
(*rapporteur*)

Eline Schiebroek

Camille Janssen

Administratieve behandelaar: Rudolf Wiersinga