

Gevoegde zaken T-81/03, T-82/03 en T-103/03

Mast-Jägermeister AG

tegen

**Bureau voor harmonisatie binnen de interne markt
(merken, tekeningen en modellen) (BHIM)**

„Gemeenschapsmerk — Oppositieprocedure — Gemeenschapsmerkaanvragen voor beeldmerken VENADO met kader, VENADO en VENADO ESPECIAL — Oudere communautaire beeldmerken die in cirkel geplaatste hertenkop in vooraanzicht afbeelden — Relatieve weigeringsgrond — Verwarringsgevaar — Artikel 8, lid 1, sub b, van verordening (EG) nr. 40/94”

Arrest van het Gerecht (Vijfde kamer) van 14 december 2006 II - 5411

Samenvatting van het arrest

*Gemeenschapsmerk — Definitie en verkrijging van gemeenschapsmerk — Relatieve weigeringsgronden — Oppositie door houder van gelijk of overeenstemmend ouder merk dat is ingeschreven voor zelfde of soortgelijke waren of diensten
(Verordening nr. 40/94 van de Raad, art. 8, lid 1, sub b)*

Bij de gemiddelde Spaanse consument bestaat gevaar voor verwarring tussen enerzijds de beeldtekens VENADO met kader, VENADO en VENADO ESPECIAL, bestaande in de afbeelding van een in een cirkel geplaatste hertenkop in vooraanzicht, waarvan de inschrijving als gemeenschapsmerk is aangevraagd voor „minerale en gazeuse wateren en andere alcoholvrije dranken; vruchtendranken en vruchtensappen; siropen en andere preparaten voor de bereiding van dranken” en „rum, likeuren op rumbasis en cognac” van respectievelijk de klassen 32 en 33 in de zin van de Overeenkomst van Nice, en anderzijds het beeldmerk dat een in een cirkel geplaatste hertenkop in vooraanzicht afbeeldt en eerder als gemeenschapsmerk is ingeschreven voor „alcoholvrije dranken” en „wijnen, mousserende wijnen, vruchtenwijnen, mousserende vruchtenwijnen, spiritualiën” van dezelfde klassen van deze Overeenkomst.

Gelet op het feit dat de betrokken waren grotendeels dezelfde en voor het overige zeer soortgelijk zijn, en gelet op de visuele, fonetische en begripsmatige overeenstemmingen tussen de conflicterende merken, zijn immers de verschillen tussen deze

merken niet groot genoeg om het bestaan van verwarringsgevaar bij het bovengenoemde relevante publiek uit te sluiten. In het bijzonder volstaan de visuele verschillen tussen de tekens op zichzelf niet om elk gevaar voor verwarring bij dit publiek uit te sluiten. In de eerste plaats kan niet worden aangenomen dat de gemiddelde consument, bij wie slechts een onvolmaakt beeld van een merk achterblijft, zich figuratieve details van de betrokken tekens kan herinneren. Verder zullen de woardelementen („venado”, „venado especial”), die alleen in de aangevraagde merken voorkomen, door de gemiddelde Spaanstalige consument worden opgevat als een rechtstreekse verwijzing naar het beeldelement van deze merken. In de tweede plaats en vooral worden de visuele verschillen tussen de tekens geneutraliseerd door het feit dat de betrokken waren grotendeels dezelfde en voor het overige soortgelijk zijn, alsmede door de fonetische en begripsmatige overeenstemming van deze tekens uit het oogpunt van het relevante Spaanstalige publiek.

(cf. punten 101-103, 107-108)