

ARREST VAN HET GERECHT (Tweede kamer)

13 juni 2006 *

In zaak T-153/03,

Inex NV, gevestigd te Bavegem (België), vertegenwoordigd door T. van Innis, advocaat,

verzoekster,

tegen

Bureau voor harmonisatie binnen de interne markt (merken, tekeningen en modellen) (BHIM), aanvankelijk vertegenwoordigd door U. Pflegar en G. Schneider, vervolgens door G. Schneider en A. Folliard-Monguiral, als gemachtigden,

verweerder,

andere partij in de procedure voor de kamer van beroep van het Bureau voor harmonisatie binnen de interne markt (merken, tekeningen en modellen), interveniërend voor het Gerecht:

* Procestaal: Engels.

Robert Wiseman & Sons Ltd, gevestigd te Glasgow (Verenigd Koninkrijk),
vertegenwoordigd door A. Roughton, barrister,

betreffende een beroep tegen de beslissing van de tweede kamer van beroep van het Bureau voor harmonisatie binnen de interne markt (merken, tekeningen en modellen) van 4 februari 2003 (zaak R 106/2001-2) inzake een oppositieprocedure tussen Inex NV en Robert Wiseman & Sons Ltd,

wijst

HET GERECHT VAN EERSTE AANLEG (Tweede kamer),

samengesteld als volgt: J. Pirrung, A. W. H. Meij en I. Pelikánová, rechters,
griffier: C. Kristensen, administrateur,

gezien het op 18 april 2003 ter griffie van het Gerecht neergelegde verzoekschrift,

gezien de op respectievelijk 4 en 12 september 2003 ter griffie van het Gerecht neergelegde memories van antwoord van interveniënte en van het Bureau voor harmonisatie binnen de interne markt (merken, tekeningen en modellen),

na de terechtzitting op 7 september 2005,

het navolgende

Arrest

De voorgeschiedenis van het geding

- 1 Op 1 april 1996 heeft interveniënte krachtens verordening (EG) nr. 40/94 van de Raad van 20 december 1993 inzake het gemeenschapsmerk (PB 1994, L 11, blz. 1), zoals gewijzigd, bij het Bureau voor harmonisatie binnen de interne markt (merken, tekeningen en modellen) (hierna: „Bureau”) een gemeenschapsmerkaanvraag ingediend.

- 2 De inschrijvingsaanvraag betreft het hieronder weergegeven beeldteken:



- 3 De waren waarvoor inschrijving is aangevraagd, behoren tot de klassen 29, 32 en 39 in de zin van de Overeenkomst van Nice van 15 juni 1957 betreffende de internationale classificatie van de waren en diensten ten behoeve van de inschrijving van merken, zoals herzien en gewijzigd. Zij zijn omschreven als volgt:

- klasse 29: „Melk, melkdranken, melkproducten, zuivelproducten, room en yoghurt”;

 - klasse 32: „Bieren; minerale en gazeuse wateren en andere alcoholvrije dranken; vruchtendranken en vruchtensappen; siropen en andere preparaten voor de bereiding van dranken”;

 - klasse 39: „Inzameling, bezorging, distributie en transport van goederen over de weg”.
- 4 Op 27 oktober 1997 is de inschrijvingsaanvraag in het *Blad van gemeenschapsmerken* nr. 25/97 gepubliceerd.
- 5 Op 22 januari 1998 heeft verzoekster krachtens artikel 42 van verordening nr. 40/94 oppositie ingesteld tegen deze gemeenschapsmerkaanvraag, met een beroep op artikel 8, lid 1, sub b, van verordening nr. 40/94.
- 6 De oppositie was gebaseerd op het oudere beeldmerk nr. 580 538, dat op 17 oktober 1995 was ingeschreven in de Beneluxlanden voor waren van de klassen 29 en 30 in de zin van de Overeenkomst van Nice, en dat hierna is weergegeven:



- 7 De oppositie had betrekking op een deel van de waren die door het oudere merk worden gedekt, te weten: „Melk en melkproducten”, en was gericht tegen de waren „Melk, melkdranken, melkproducten en zuivelproducten” waarop de merkaanvraag betrekking had. In antwoord op de opmerkingen van interveniënte heeft verzoekster gepreciseerd dat de oppositie tegen alle in de merkaanvraag opgegeven waren van klasse 29, met inbegrip van „room en yoghurt”, was gericht.

- 8 Bij beslissing van 29 november 2000 heeft de oppositieafdeling de oppositie afgewezen op grond dat de betrokken tekens voldoende van elkaar verschillen om geen verwarringsgevaar op te leveren.

- 9 Op 22 januari 2001 heeft verzoekster krachtens de artikelen 57 tot en met 62 van verordening nr. 40/94 bij het Bureau beroep ingesteld tegen de beslissing van de oppositieafdeling.

- 10 Bij beslissing van 4 februari 2003 (hierna: „bestreden beslissing”) heeft de tweede kamer van beroep van het Bureau het beroep verworpen. De kamer van beroep heeft verklaard dat tussen de betrokken merken aanzienlijke visuele verschillen bestaan. Zij heeft evenwel geoordeeld dat de litigieuze merken begripsmatig overeenstemmen in die zin dat zij beide aan een koe doen denken. Daar deze overeenstemming echter betrekking had op een voor de betrokken waren weinig onderscheidend element, werd zij onvoldoende geacht om te concluderen dat er sprake was van verwarringsgevaar. Aldus heeft de kamer van beroep, ondanks het feit dat de twee merken op dezelfde waren betrekking hadden, geconcludeerd dat er geen verwarringsgevaar bestond.

Conclusies van partijen

11 Verzoekster concludeert dat het het Gerecht behage:

- de bestreden beslissing te vernietigen;
- het Bureau te verwijzen in de kosten.

12 Het Bureau concludeert dat het het Gerecht behage:

- het beroep te verwerpen;
- verzoekster te verwijzen in de kosten.

13 Intervenïente concludeert dat het het Gerecht behage:

- het beroep te verwerpen;
- verzoekster te verwijzen in de kosten van intervenïente.

In rechte

- 14 Verzoekster voert één enkel middel aan: schending van artikel 8, lid 1, sub b, van verordening nr. 40/94.

Argumenten van partijen

- 15 Verzoekster betoogt dat de kamer van beroep is voorbijgegaan aan de regel inzake de onderlinge samenhang tussen de overeenstemming van de merken en de soortgelijkheid van de waren en diensten. Deze regel is verwoord in de arresten van het Hof van 29 september 1998, Canon (C-39/97, Jurispr. blz. I-5507), en 22 juni 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer (C-342/97, Jurispr. blz. I-3819), en houdt in dat een geringe mate van soortgelijkheid van de betrokken waren of diensten kan worden gecompenseerd door een hoge mate van overeenstemming van de conflicterende merken, en omgekeerd.
- 16 Voorts is de kamer van beroep voorbijgegaan aan de regel dat de globale beoordeling van de overeenstemming van de betrokken tekens dient te berusten op de totaalindruk die door deze tekens wordt opgeroepen, gelet op de onderscheidende en dominerende bestanddelen ervan en op de omstandigheid dat de gemiddelde consument slechts zelden de mogelijkheid heeft, merken rechtstreeks met elkaar te vergelijken en dat hem daarvan slechts een onvolmaakt beeld blijft. Verzoekster betoogt dienaangaande dat de kamer van beroep in aanmerking had moeten nemen dat het gevaar van verwarring van de betrokken tekens werd verhoogd doordat de betrokken waren voor het grote publiek waren bestemd.
- 17 Bovendien betoogt verzoekster dat de kamer van beroep zichzelf heeft tegengesproken door enerzijds vast te stellen dat het figuratieve aspect van het aangevraagde merk, dat een koeienhuid afbeeldt, gelijk is aan het dominerende bestanddeel van

het oudere merk, en anderzijds te oordelen dat de betrokken merken aanzienlijke visuele verschillen vertonen. Volgens verzoekster had de kamer van beroep moeten aannemen dat tussen deze twee merken visuele overeenstemming bestaat, aangezien het ene merk uitsluitend bestaat uit het dominerende bestanddeel van het andere.

- 18 Ten slotte betoogt verzoekster dat het dominerende bestanddeel van het oudere merk noodzakelijkerwijs onderscheidend is doordat één van de merken uitsluitend hieruit bestaat. In dit verband is het dominerende bestanddeel van het oudere merk onderscheidend in de Beneluxlanden, daar de verpakking in deze landen als enige de afbeelding van een zwart-witte koeienhuid als dominerend bestanddeel draagt. In antwoord op de schriftelijke vragen van het Gerecht en ter terechtzitting heeft verzoekster gepreciseerd dat interveniënte, door niet te betwisten dat het oudere merk in de Beneluxlanden als enige het dessin van een koeienhuid als dominerend bestanddeel gebruikt, impliciet heeft erkend dat dit bestanddeel onderscheidend was. Het Gerecht zou volgens haar het lijdelijkheidsbeginsel schenden als het deze vaststelling in twijfel trekt. Tevens benadrukt zij dat het dominerende bestanddeel van haar merk, gelet op de sterke concurrentie op de markt, niet anders dan onderscheidend kan zijn.

- 19 Het Bureau en interveniënte betwisten verzoeksters betoog.

Beoordeling door het Gerecht

- 20 Artikel 8, lid 1, sub b, van verordening nr. 40/94 bepaalt dat na oppositie door de houder van een ouder merk inschrijving van het aangevraagde merk wordt geweigerd wanneer het gelijk is aan of overeenstemt met het oudere merk en betrekking heeft op dezelfde of soortgelijke waren of diensten, indien daardoor

verwarring bij het publiek kan ontstaan op het grondgebied waarop het oudere merk wordt beschermd. Verwarring omvat het gevaar van associatie met het oudere merk. Voorts dient volgens artikel 8, lid 2, sub a-ii, van verordening nr. 40/94 onder „oudere merken” te worden verstaan: de in een lidstaat ingeschreven merken waarvan de datum van de aanvraag tot inschrijving voorafgaat aan de datum van de gemeenschapsmerkaanvraag.

- 21 Volgens vaste rechtspraak is sprake van verwarringsgevaar wanneer het publiek kan menen dat de betrokken waren of diensten van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn [arresten Gerecht van 23 oktober 2002, *Matratzen Concord/BHIM — Hukla Germany (MATRATZEN)*, T-6/01, Jurispr. blz. II-4335, punt 23, en 3 juli 2003, *Alejandro/BHIM — Anheuser-Busch (BUDMEN)*, T-129/01, Jurispr. blz. II-2251, punt 37].
- 22 Het verwarringsgevaar dient globaal te worden beoordeeld met inachtneming van de wijze waarop het relevante publiek de betrokken tekens en waren of diensten opvat, en van alle relevante omstandigheden van het concrete geval [arrest Gerecht van 22 juni 2004, *Ruiz-Picasso e.a./BHIM — DaimlerChrysler (PICARO)*, T-185/02, Jurispr. blz. II-1739, punt 50].
- 23 Bij deze globale beoordeling wordt met name rekening gehouden met de bekendheid van het merk op de markt en met de mate van overeenstemming van de merken en de mate van soortgelijkheid van de aangeduide waren of diensten, waarbij er een zekere onderlinge samenhang bestaat tussen de in aanmerking te nemen factoren, zodat een geringe mate van soortgelijkheid van de betrokken waren of diensten kan worden gecompenseerd door een hoge mate van overeenstemming tussen de merken, en omgekeerd (arresten *Canon*, reeds aangehaald, punt 17, en *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, reeds aangehaald, punt 19).

- 24 Bovendien speelt de wijze waarop de gemiddelde consument van de betrokken waren of diensten de merken waarneemt, een beslissende rol bij de globale beoordeling van het verwarringsgevaar. Welnu, de gemiddelde consument neemt een merk gewoonlijk als een geheel waar en let niet op de verschillende details ervan (arrest Hof van 11 november 1997, SABEL, C-251/95, Jurispr. blz. I-6191, punt 23, en arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds aangehaald, punt 25). Voor deze globale beoordeling wordt de gemiddelde consument van de betrokken waren geacht normaal geïnformeerd en redelijk oplettend en voorzichtig te zijn. Ook dient er rekening mee te worden gehouden, dat de mate van oplettendheid van de gemiddelde consument kan variëren naar gelang van de categorie waren of diensten waarom het gaat (arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds aangehaald, punt 26).
- 25 In casu wordt de soortgelijkheid van de door de betrokken merken aangeduide waren door partijen niet betwist. Het gaat hier enkel om de vraag of de kamer van beroep terecht heeft geoordeeld dat de betrokken merken voldoende van elkaar verschillen om geen verwarringsgevaar op te leveren.

De overeenstemming van de tekens

- 26 De globale beoordeling van het verwarringsgevaar dient, wat de visuele, fonetische of begripsmatige overeenstemming van de conflicterende tekens betreft, te berusten op de totaalindruk die door de betrokken tekens wordt opgeroepen, waarbij met name rekening dient te worden gehouden met de onderscheidende en dominerende bestanddelen ervan [zie arrest Gerecht van 14 oktober 2003, Phillips-Van Heusen/ BHIM — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, Jurispr. blz. II-4335, punt 47, en de daarin aangehaalde rechtspraak].

27 Voort is het vaste rechtspraak dat een samengesteld merk kan worden geacht overeen te stemmen met een ander merk dat gelijk is aan of overeenstemt met een van de bestanddelen van het samengestelde merk, indien dit bestanddeel dominerend is in de door het samengestelde merk opgeroepen totaalindruk. Dit is het geval wanneer dit bestanddeel op zichzelf het bij het relevante publiek in herinnering blijvende beeld zodanig kan domineren dat alle andere bestanddelen verwaarloosbaar zijn voor de door het merk opgeroepen totaalindruk [arrest MATRATZEN, reeds aangehaald, punt 33, en arrest Gerecht van 4 mei 2005, Chum/BHIM — Star TV (STAR TV), T-359/02, Jurispr. blz. II-1515, punt 44]. Bij deze benaderingswijze moet niet slechts een bestanddeel van een samengesteld merk worden bekeken en met een ander merk worden vergeleken, maar moeten integendeel de betrokken merken juist elk in hun geheel worden onderzocht (arrest MATRATZEN, reeds aangehaald, punt 34).

28 In casu zijn in geding enerzijds een merk bestaande uit een enkel element dat, gelet op de waren waarop het merk betrekking heeft, als de afbeelding van een koeienhuid zal worden opgevat, en anderzijds een ouder, samengesteld merk, dat bestaat uit figuratieve- en verbale elementen. De figuratieve elementen van het oudere merk bestaan uit de afbeelding van een zwart-witte koeienhuid op de verpakking, gestileerd gras onderaan het karton, een boerderij met een kleine rode schuur op het bovenste deel van het karton en, dicht bij de onderkant van het karton, de gestandaardiseerde streepjescode. De verbale elementen van het oudere merk zijn de termen „inex”, „halfvolle melk” en de afkorting „UHT — e 1L”.

29 Aangezien de fonetische overeenstemming van de conflicterende merken in casu niet in geding is, worden alleen de visuele en de begripsmatige overeenstemming onderzocht.

— De visuele overeenstemming

- 30 Allereerst zij vastgesteld dat het motief dat als een koeienhuid moet worden opgevat, het enige bestanddeel van het aangevraagde merk is.
- 31 Bij het oudere merk is het koeienhuidmotief aangebracht op de gehele verpakking van de waar, en domineert het de door het merk opgeroepen visuele indruk, zoals de kamer van beroep in punt 21 van de bestreden beslissing heeft vastgesteld. Dit motief is immers een frappant element van het oudere merk.
- 32 Dienaangaande kan het argument van het Bureau dat het geringe onderscheidend vermogen van het koeienhuidmotief eraan in de weg staat dat dit als dominerend bestanddeel wordt aangemerkt, niet in alle omstandigheden worden aanvaard. Hoewel volgens vaste rechtspraak het publiek over het algemeen een beschrijvend bestanddeel van een samengesteld merk niet als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit merk opgeroepen totaalindruk zal beschouwen [arrest BUDMEN, reeds aangehaald, punt 53, en arrest Gerecht van 6 oktober 2004, *New Look/BHIM — Naulover* (NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE en NLCollection), T-117/03–T-119/03 en T-171/03, Jurispr. blz. II-3471, punt 34], impliceert het geringe onderscheidend vermogen van een bestanddeel van een samengesteld merk niet noodzakelijkerwijs dat dit geen dominant bestanddeel kan vormen wanneer het, met name wegens de positie ervan in het teken of wegens de omvang ervan, onmiddellijk wordt waargenomen door de consument en bij deze in herinnering blijft [zie in die zin arrest Gerecht van 13 juli 2004, *AVEX/BHIM — Ahlers (a)*, T-115/02, Jurispr. blz. II-2907, punt 20].
- 33 Aangezien de vergelijking tussen de merken dient te berusten op de totaalindruk die deze oproepen, en daarbij met name rekening moet worden gehouden met het onderscheidend vermogen van de bestanddelen ervan met betrekking tot de

betrokken waren of diensten, volstaat voor overeenstemming van de merken niet dat een sterke visuele indruk makend bestanddeel van een samengesteld teken gelijk is aan of overeenstemt met het enige bestanddeel van het andere teken. Daarentegen moet overeenstemming worden aangenomen wanneer de door een samengesteld merk opgeroepen totaalindruk door één van de bestanddelen ervan zodanig wordt gedomineerd, dat de andere bestanddelen van dit merk verwaarloosbaar lijken bij het beeld van dit merk dat bij het relevante publiek in herinnering blijft, gelet op de aangeduide waren of diensten.

- 34 Hoewel het koeienhuidmotief een element is dat bij het oudere merk een sterke visuele indruk maakt, moet worden vastgesteld dat dit in casu slechts een gering onderscheidend vermogen heeft.
- 35 Om het onderscheidend vermogen van het enige bestanddeel van een merk te beoordelen, moet worden nagegaan in hoeverre dit bestanddeel geschikt is om de waren of diensten waarvoor het merk is ingeschreven, als afkomstig van een bepaalde onderneming te identificeren en dus om deze waren of diensten van die van andere ondernemingen te onderscheiden. Bij deze beoordeling dient met name rekening te worden gehouden met de eigenschappen die het betrokken bestanddeel van huis uit bezit, voor het beantwoorden van de vraag of het al dan niet de waren of diensten waarvoor het merk is ingeschreven, beschrijft (zie mutatis mutandis arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds aangehaald, punten 22 en 23).
- 36 Gelet op de betrokken waren heeft het koeienhuidmotief in casu geen sterk onderscheidend vermogen, aangezien dit bestanddeel voor deze waren sterk allusief is. Dit motief verwijst namelijk naar koeien, dieren die bekend zijn om hun melkproductie, en vormt voor de aanduiding van melk en melkproducten een weinig suggestief bestanddeel.

- 37 In dit verband moet worden afgewezen verzoeksters argument dat dit bestanddeel van het oudere merk in de Beneluxlanden onderscheidend is omdat dit merk in deze landen het enige is dat de afbeelding van een zwart-witte koeienhuid als dominerend bestanddeel heeft. Deze omstandigheid doet immers niets af aan de in het voorgaande punt bedoelde vaststelling met betrekking tot het geringe onderscheidend vermogen van het koeienhuidmotief. Voorts heeft verzoekster, voorzover zij stelt dat het koeienhuidmotief van het oudere merk onderscheidend vermogen heeft wegens de bekendheid van dit merk in de Beneluxlanden, niets aangedragen waaruit blijkt dat het merk bij het publiek een dergelijke bekendheid geniet.
- 38 Bovendien moet worden afgewezen verzoeksters argument dat elke twijfel aan het onderscheidend vermogen van dit koeienhuidmotief het lijdelijkheidsbeginsel schendt. Dat interveniënte niet heeft betwist dat in de Beneluxlanden alleen het oudere merk dit motief op dominerende wijze draagt, betekent niet dat zij erkent dat dit bestanddeel een bijzonder groot onderscheidend vermogen heeft. Zoals in het voorgaande punt is overwogen, brengt de door verzoekster gestelde omstandigheid dat in de Beneluxlanden alleen het oudere merk dit motief als dominerend bestanddeel draagt, op zichzelf niet mee dat dit bestanddeel een bijzonder groot onderscheidend vermogen heeft.
- 39 Verder is er ook geen reden voor aanvaarding van verzoeksters argument dat het koeienhuidmotief van haar merk onderscheidend is omdat de markt voor de betrokken waren een sterke mededinging kent. Verzoekster heeft namelijk niets aangedragen waaruit blijkt dat deze omstandigheid op zich meebrengt dat de koeienhuidafbeelding van het oudere merk een bijzonder groot onderscheidend vermogen heeft.
- 40 Voorzover verzoekster betoogt dat het koeienhuidmotief van het oudere merk onderscheidend vermogen heeft omdat het Bureau het aangevraagde merk, dat

uitsluitend uit dit motief bestaat, heeft ingeschreven, moet, ten slotte, worden opgemerkt dat niet is betwist dat de betrokken merken niet elk onderscheidend vermogen missen in de zin van artikel 7, lid 1, sub b, van verordening nr. 40/94, en dat zij derhalve kunnen worden ingeschreven. In casu wordt het onderscheidend vermogen van de betrokken tekens niet onderzocht in het kader van de beoordeling van de absolute weigeringsgronden, maar in het kader van de globale beoordeling van het verwarringsgevaar. Zoals het Bureau terecht heeft opgemerkt, gaat het er dus niet om, te bepalen of de koeienhuidmotieven elk onderscheidend vermogen missen, maar moet het onderscheidend vermogen van deze motieven met betrekking tot de betrokken waren worden beoordeeld, om te bepalen of bij het relevante publiek gevaar van verwarring van de, elk in hun geheel beschouwde, litigieuze merken bestaat.

- 41 Uit de visuele vergelijking van de conflicterende merken blijkt dat de door elk van de merken opgeroepen totaalindrukken in aanzienlijke mate van elkaar verschillen. Terwijl het aangevraagde merk slechts bestaat uit een afbeelding die, gelet op de aangeduide waren, slechts kan worden opgevat als een koeienhuid, bestaat het oudere merk, zoals het Bureau heeft opgemerkt, uit tal van figuratieve en verbale elementen die van de enkele afbeelding van een koeienhuid verschillen en in belangrijke mate bijdragen aan de totaalindruk van het teken. Deze elementen zijn met name het gestileerde gras onderaan het karton, het plaatje van een boerderij met een kleine rode schuur op het bovenste deel van het karton en het wordelement „inex”. Zoals het Bureau heeft opgemerkt, is dit laatste element een woord zonder duidelijke betekenis, waaraan een veel groter onderscheidend vermogen moet worden toegekend dan aan het koeienhuidmotief. Aangezien het wordelement „inex” op bepalende wijze bijdraagt aan de door het oudere merk opgeroepen totaalindruk, kan op grond van de aanwezigheid daarvan niet worden aangenomen dat het koeienhuidmotief van het oudere merk op zich het bij het publiek in herinnering blijvende beeld van dit merk domineert.

- 42 Voorts moet worden vastgesteld dat het motief dat het voorwerp is van de merkaanvraag, bestaat in een dessin dat verschilt van het koeienhuidmotief van het

oudere merk. Uit de bestreden beslissing blijkt immers dat het aangevraagde merk niet een volstrekt duidelijke afbeelding van een koeienhuid vormt, daar de kamer van beroep heeft geoordeeld dat het als de afbeelding van een koeienhuid zal worden opgevat wegens de waren waarop het betrekking heeft.

43 Om dezelfde reden moet ook worden afgewezen verzoeksters argument dat het Bureau zichzelf heeft tegengesproken door enerzijds vast te stellen dat het merk waartegen de oppositie was gericht, gelijk is aan het dominerende bestanddeel van het oudere merk, en anderzijds te oordelen dat de litigieuze merken aanzienlijke verschillen vertonen. Enerzijds is, zoals in het voorgaande punt is opgemerkt, in de bestreden beslissing niet vastgesteld dat het motief van het aangevraagde merk en dat van het oudere merk gelijk zijn. Anderzijds volstaat voor overeenstemming van merken niet, zoals in punt 33 hierboven is overwogen, dat een sterke visuele indruk makend bestanddeel van een samengesteld teken gelijk is aan of overeenstemt met het enige bestanddeel van een ander teken, aangezien de vergelijking tussen de merken dient te berusten op de totaalindruk die deze oproepen, en daarbij met name rekening moet worden gehouden met het onderscheidend vermogen van de bestanddelen ervan met betrekking tot de betrokken waren of diensten.

44 Derhalve dient te worden aangenomen dat de kamer van beroep geen blijk heeft gegeven van een verkeerde opvatting door te oordelen dat de betrokken merken visueel sterk van elkaar verschillen.

— De begripsmatige overeenstemming

45 Vaststaat, zoals de kamer van beroep heeft opgemerkt, dat de betrokken merken begripsmatig overeenstemmen omdat zij doen denken aan een koe, een dier dat

bekendstaat om haar melkproductie. Niettemin zij opgemerkt dat, zoals het Gerecht in punt 36 hierboven heeft vastgesteld, dit begrip gelet op de betrokken waren slechts een gering onderscheidend vermogen heeft. Welnu, een louter begripsmatige overeenstemming van de merken volstaat niet om verwarringsgevaar te creëren wanneer het oudere merk geen bijzondere bekendheid geniet en bestaat in een afbeelding met weinig fantasie-elementen (arrest SABEL, reeds aangehaald, punt 25).

- 46 Derhalve heeft de kamer van beroep terecht geoordeeld dat het bestaan van begripsmatige overeenstemming tussen de litigieuze merken in casu niet tot verwarringsgevaar kan leiden.

Globale beoordeling van het verwarringsgevaar

- 47 Uit een en ander volgt dat, hoewel het koeienhuidmotief een sterke visuele en begripsmatige indruk maakt bij het oudere merk, de aanzienlijke visuele verschillen tussen de litigieuze tekens en het geringe onderscheidend vermogen van het onderhavige koeienhuidmotief, in de weg staan aan de conclusie dat gevaar bestaat dat de litigieuze merken met elkaar worden verward.

- 48 Overigens heeft de kamer van beroep niet verzuimd om rekening te houden met de onderlinge samenhang tussen de in aanmerking te nemen factoren. Noch de aanwezigheid van aanzienlijke visuele verschillen tussen de betrokken merken, noch het in casu geringe onderscheidend vermogen van het koeienhuidmotief kunnen namelijk worden gecompenseerd door de identiteit van de waren.

- 49 Bovendien moet ook worden afgewezen verzoeksters argument dat de kamer van beroep in aanmerking had moeten nemen dat het verwarringsgevaar wordt verhoogd doordat de betrokken waren voor het grote publiek zijn bestemd. De omstandigheid dat consumenten niet erg oplettend zijn, kan, bij ontbreken van voldoende overeenstemming tussen de betrokken merken en gelet op het geringe onderscheidend vermogen van het koeienhuidmotief met betrekking tot de betrokken waren, niet tot de conclusie leiden dat er sprake is van verwarringsgevaar.
- 50 Derhalve dient te worden aangenomen dat de kamer van beroep niet van een verkeerde opvatting blijkt heeft gegeven door te oordelen dat de globale beoordeling van de conflicterende tekens geen verwarringsgevaar aannemelijk maakt.
- 51 Uit een en ander volgt, dat het beroep moet worden verworpen.

Kosten

- 52 Volgens artikel 87, lid 2, van het Reglement voor de procesvoering wordt de in het ongelijk gestelde partij verwezen in de kosten, voorzover dit is gevorderd. Aangezien verzoekster in het ongelijk gesteld, dient zij overeenkomstig de vorderingen van het Bureau en van interveniënte te worden verwezen in de kosten.

HET GERECHT VAN EERSTE AANLEG (Tweede kamer),

rechtdoende, verklaart:

- 1) **Het beroep wordt verworpen.**

- 2) **Verzoekster wordt verwezen in de kosten.**

Pirrung

Meij

Pelikánová

Uitgesproken ter openbare terechtzitting te Luxemburg op 13 juni 2006.

De griffier

De president van de Tweede kamer

E. Coulon

J. Pirrung