



Universiteit  
Leiden  
The Netherlands

## Meer en minder merkenrecht

Visser, D.J.G.

### Citation

Visser, D. J. G. (2024). Meer en minder merkenrecht. *Intellectuele Eigendom En Reclamerecht*, 2024(4), 270-275. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/4172293>

Version: Publisher's Version

License: [Leiden University Non-exclusive license](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/4172293>

**Note:** To cite this publication please use the final published version (if applicable).

# Meer en minder merkenrecht

IER 2024/24

**Voordracht gehouden te Luxemburg op 15 mei 2024 ter gelegenheid van het 50-jarig bestaan van het Benelux-Gerechtshof.**

## 1. Inleiding

Het Benelux Gerechtshof heeft de afgelopen vijftig jaar een belangrijke bijdrage geleverd aan de groei en het binnen de perken houden van het merkenrecht. De eerste vijftig jaar stonden in het teken van de groei: meer merkenrecht. 'Alles' kon een merk zijn of kon het door inburgering worden; en 'alles', iedere gelijkenis en iedere verwijzing, was inbreuk, want investeringen en opgebouwde goodwill moeten worden beschermd. De laatste jaren is er ook aandacht voor de grenzen: minder merkenrecht. Vrije mededinging, kunstvrijheid en het Freihaltebedürfnis zijn ook belangrijk. Aan de hand van oude en recente arresten van het Benelux Gerechtshof en het Hof van Justitie van de EU met de bijbehorende afbeeldingen worden deze ontwikkelingen letterlijk en figuurlijk geïllustreerd.

Mevrouw de president, geachte aanwezigen, Mijn voordracht is verdeeld in twee delen. Het eerste deel is gewijd aan de eerste vijftig jaar van het bestaan van het Benelux Gerechtshof, de periode van 1974 tot en met 1999, en is getiteld 'meer merkenrecht'. Het tweede deel heeft betrekking op de periode 2000-2024 en is getiteld 'minder merkenrecht'.

## 2. Meer merkenrecht (1974-1999)

In de eerste vijftig jaar van zijn bestaan heeft het Benelux Gerechtshof een belangrijke bijdrage geleverd aan de groei van het merkenrecht. Er kwam 'meer merkenrecht'.

Ik wil die groei illustreren aan de hand van twee vragen. De eerste vraag ziet op het merkbegrip: wat kan een merk zijn? De tweede vraag ziet op de omvang van de merkbescherming: wat kan een merkhouder verbieden?

De eerste ontwikkeling in die eerste vijftig jaar is dat 'alles' een merk kon zijn of kon worden door intensief gebruik en bekendheid. De drempel voor merken was laag.

Ik begin met *kleuren*.

De vorm van een pil in de kleurcombinatie rood-zwart kon een merk zijn voor een geneesmiddel<sup>2</sup> en hetzelfde gold voor de kleur lichtblauw voor Camping Gaz.<sup>3</sup> "De onwenselijkheid ener monopolisering van het gebruik van gegevens van de natuur" werd slechts zijdelings benoemd, maar was geen beletsel. De kleuren werden immers door het publiek als merk herkend en verdienden dus bescherming.



Jaren later oordeelde het Hof van Justitie van de EU ook dat een kleur een merk kan zijn. Maar het legde veel meer nadruk op *das Freihaltebedürfnis*. 'Bij de beoordeling van het onderscheidend vermogen van een bepaalde kleur als merk moet rekening worden gehouden met het algemeen

<sup>1</sup> Prof. dr. Dirk J.G. Visser (Baarn, 21 december 1969) is sinds 2003 hoogleraar Intellectuele Eigendom aan de Universiteit Leiden en sinds 1996 advocaat in Amsterdam. Zijn eerste boekje over merken 'Een borrel met een zeepsmaak' verscheen in 1993. Hij promoveerde in 1997 op 'auteursrecht en internet'. Rond de eeuwwisseling procedeerde hij zeven jaar aan de zijde van de beweerdelijk inbreukmaker met wisselend succes over de vraag of twee strepen teveel lijken op drie strepen. Voor studenten organiseert hij graag busreizen naar zittingen van het Hof van Justitie in Luxemburg. Momenteel houdt hij zich vooral bezig met intellectuele eigendom en kunstmatige intelligentie. Voor zijn voordracht maakte hij geen gebruik van ChatGPT. Wel ging hij te rade bij zijn voorganger en *Doktorvater* prof. dr. D.W. Feer Verkade. Ook zijn promovendus Michiel Smit en Jorn Torenbosch leverden commentaar op een eerdere versie. Marjolein Bronneman heeft nog bijgedragen aan verbetering van de te publiceren versie.

<sup>2</sup> BenGH 9 februari 1977, A 76/1 (*Centrafarm/Beecham*).

<sup>3</sup> BenGH 9 maart 1977, A 76/2 (*ADG-Sieben/Leeferink*).

belang, dat de beschikbaarheid van kleuren niet onge-rechtvaardigd wordt beperkt voor de andere marktdeel-nemers.<sup>4</sup> Terughoudendheid is vereist. Deze kleur oranje haalde het vijftientwintig jaar later *niet* als merk voor de te-lecomdiensten van aanbieder Libertel, inmiddels overge-nomen door Vodafone.



Nu wil ik het met u hebben over *vormen*.

Het Benelux Gerechtshof legde in die eerste kwart eeuw ook de mogelijkheid om *vormen* als merken te bescher-men ruim uit. In de wet stond dat vormen 'die de wezen-lijke waarde van de waar beïnvloeden' geen merk konden zijn. Maar wat betekende dat precies?

In 1983 stelde de Advocaat-Generaal bij de Nederlandse Hoge Raad al voor om daar vragen van uitleg over te stel-len aan het Benelux Gerechtshof. De Hoge Raad vond dat toen echter niet nodig en besliste op eigen gezag dat de vorm van een krulvormig zoutje wél een merk kon zijn.<sup>5</sup> Het was die zaak die bij mij als eerstejaars student de in-teresse wekte voor het recht van de intellectuele eigen-dom. Het ging over de 'Wezenlijke waarde van de Wokkel'. Dat klonk als de titel van een Suske & Wiske-album. Dat rechtsgebied moest interessant en tegelijk vrolijk zijn.



In de zaak Burberry I, over de bekende ruit, oordeelde het Hof in 1989<sup>6</sup> dat een vorm alleen *dán* niet als merk beschermd kon worden als deze vormgeving in belangrijke mate haar marktwaarde bepaalt. Dat was bij de Burberry-ruit niet het geval, hetgeen de advocaten van Burberry duidelijk probeer-den te maken door te pleiten in een toga die met de Burberry ruit was gevoerd. Die voering gaf toch geen 'wezenlijke waar-de' aan de waar? Advocaat Willem Hoyng bleef zijn leven lang pleiten in die toga met Burberry voering.



In de zaak Burberry II<sup>7</sup> bepaalde het Hof vervolgens in 1991 dat *tweetimensionale* vormen zoals de Burberry-ruit helemaal niet onder de categorie 'vormen van waren' val-len en er dus *helemaal niet* aan de beperking voor dat type merken *behoefde* te worden getoetst.

<sup>4</sup> HvJ EG 6 mei 2003, ECLI:EU:C:2003:244 (*Libertel/BMB*; kleur oranje).

<sup>5</sup> HR 11 november 1983, NJ 1984, 203 (*Wokkel*).

<sup>6</sup> BenGH 14 april 1989, A 97/8, NJ 1989, 834 (*Superconfex/Burberry*; Burberry I).

<sup>7</sup> BenGH 16 december 1991, A 90/4 (*Burberrys/Bossi*; Burberry II).

Jaren later, in 2018, speelde bij het Hof van Justitie van de EU de vraag of de rode zool van de schoenen van Christian Louboutin een merk kon zijn. Ook dat Hof oordeelde toen dat tweedimensionale vormen, zoals rode zolen, *niet* onder de 'Wezenlijke waarde-beperking' ten aanzien van vormmerken vielen.<sup>8</sup>



Inmiddels zou dit voor nieuwe merken wel eens anders kunnen uitpakken, want de EU merkenregelgeving is inmiddels veranderd. Niet alleen driedimensionale vormen, maar ook 'andere kenmerken' van waren die een wezenlijke waarde aan de waar geven moeten nu als merk worden geweigerd. Oude 'kenmerk'-merken zoals de rode zool van Louboutin hoeven echter niet aan deze toets te worden onderworpen, zo besliste het Hof van Justitie van de EU in 2019.<sup>9</sup> En volgens het EUIPO geeft de rode zool sowieso geen wezenlijke waarde aan de waar.<sup>10</sup>

Nu kom ik toe aan *beschrijvende woorden*, een andere categorie waar een duidelijke vrijhoudingsbehoefte speelt, de vrijheid van de taal.

Ten aanzien van het woord KINDER oordeelde het Benelux Gerechtshof in 1981 dat dit zonder problemen een merk kon zijn voor chocolade bestemd voor kinderen.<sup>11</sup> De verwijzing was immers niet 'uitsluitend' beschrijvend voor de doelgroep, maar alleen maar 'verwijzend'. Merkhouders Ferrero kon haar Duitse concurrent Ritter verbieden om

chocolade met de aanduiding 'Kinder Sport' op de markt te brengen.

Dertig jaar later oordeelde het Hof van Justitie dat Ferrero zich niet op zijn KINDER merk kon beroepen jegens 'TiMi-kinderyoghurt' omdat er geen sprake was van overeenstemmende tekens.<sup>12</sup>

Maar dat was jaren later. In de jaren tachtig van vorige eeuw kon alles een merk zijn.

De tweede ontwikkeling in die eerste vijfentwintig jaar die groei van het merkenrecht inhield was dat bijna iedere gelijkenis en ieder gebruik van een merk inbreuk opleverde. Alles was inbreuk. De drempel voor merkinbreuk werd steeds lager.

'Associatie' tussen merk en teken was voldoende.

De allereerste eerste zaak bij het Benelux Gerechtshof in 1975, was de zaak van het merk Claeryn voor jenever tegen het merk Klarein voor een schoonmaak middel.<sup>13</sup> 'Claeryn' en 'Klarein' zijn auditief identiek, maar visueel verschillend. Bovendien werden ze gebruikt voor zeer uiteenlopende waren, een sterke drank en een schoonmaakmiddel, waardoor verwarringsgevaar uitgesloten was. Aantasting van het onderscheidend vermogen van het jenevermerk was ook niet aannemelijk.



<sup>8</sup> HvJ EU 12 juni 2018, ECLI:EU:C:2018:423 (*Louboutin*).

<sup>9</sup> HvJ EU 14 maart 2019, ECLI:EU:C:2019:199 (*Textilis/Svenskt Tenn*).

<sup>10</sup> EUIPO 22 mei 2019, No.14 145 C (*Van Haren/Louboutin*).

<sup>11</sup> BenGH 19 januari 1981, A 80/3 (*Ferrero/Ritter; Kinder*).

<sup>12</sup> HvJ EU 24 maart 2011, ECLI:EU:C:2011:177 (*Ferrero/BHIM; Kinder*).

<sup>13</sup> BenGH 1 maart 195, A 74/1 (*Colgate/Palmolive; Claeryn/Klarein*).

In die zaak oordeelde het Benelux Gerechtshof dat voor merkinbreuk *verwarringsgevaar of aantasting van het onderscheidend vermogen niet vereist zijn. Aantasting van de aantrekkingskracht en het kooplustopwekkend vermogen* van een merk was voldoende voor een verbod. Het jenevermerk Claeryn kon zich verzetten tegen het schoonmaakmiddel Klarein, vanwege de auditieve overeenstemming en de onsmakelijke associatie met zeep.

De laagste drempel met betrekking tot de voor merkinbreuk vereiste gelijkenis kwam met het *Union*-arrest<sup>14</sup> in 1983: voldoende was gelijkenis, 'waardoor de mogelijkheid bestaat dat bij iemand die met het teken wordt geconfronteerd associaties tussen het teken en het merk worden gewekt'. Voldoende was 'une similitude de nature à établir une association entre le signe et la marque'. Een enkele associatie, een 'denken aan', was voldoende voor merkinbreuk.

Jaren later, in 1997, werd deze associatie-bescherming door het Hof van Justitie om zeep geholpen in het *Puma/Sabel*-arrest<sup>15</sup> maar vervolgens in de arresten *Davidoff/Gofkid*<sup>16</sup> en *L'Oreal/Bellure*<sup>17</sup> voor het opzettelijk in het kielzog varen van bekende merken deels in ere hersteld.

Dan nu een voorbeeld van ruime merkbescherming ten aanzien van een bijzonder soort gebruik van een merk, te weten refererend merkgebruik.

De meest ruimhartige merkbescherming ten aanzien van een vorm van *gebruik van een merk* bood het Benelux Gerechtshof in 1984 in zijn arrest in de *Tanderil*-zaak.<sup>18</sup> Tanderil was een geneesmiddel. Apotheker Jansen kreeg een recept van dokter Nijs. Dokter Nijs had daarop vermeld:

"R/Tanderil of gelijkwaardig ander middel volgens geaccordeerde lijst",

"R/Tandéril ou autre médicament équivalent selon la liste des correspondances"

Apotheker Jansen leverde vervolgens een dergelijk 'gelijkwaardig ander middel'.

En volgens het Benelux Gerechtshof pleegde hij daarmee merkinbreuk. Het leveren van een goedkoper alternatief was verboden, als op het recept het merkgeneesmiddel als referentie werd genoemd. De arts en apotheker werden gedwongen om alleen de soortnaam van het geneesmiddel te noemen of het dure geneesmiddel te blijven leveren. Dit terwijl de merkhouders er gedurende de periode van octrooibescherming van hun geneesmiddel door intensieve reclame de merknaam er bij de artsen in hadden gestampt.

Het Hof van Justitie van de EU heeft zich nog niet over een dergelijke casus uitgesproken. In het licht van zijn rechtspraak over vergelijkende reclame<sup>19</sup> en refererend merkgebruik<sup>20</sup> is het onwaarschijnlijk dat het tot een zelfde oordeel zou komen als het Benelux Gerechtshof veertig jaar geleden. In Nederland werd later onder de Zorgverzekeringswet het zogenaamde 'preferentiesysteem' ingevoerd. Dat preferentiesysteem houdt in dat wie het dure merkgeneesmiddel wil in plaats van het goedkope generieke middel dat zelf moet betalen. Daarmee was het *Tanderil*-arrest opzijgezet.

Ik kom tot een afsluiting van mijn bespreking van deze eerste periode van vijftientwintig jaar van het Benelux Gerechtshof. Die periode kan als volgt worden samengevat, aan de hand van de twee vragen die ik eerder stelde.

Wat kan een merk zijn? 'Alles' – kleuren, vormen en beschrijvende termen – wat door het publiek wordt herkend, kon een merk zijn.

Wat kan een merkhouder verbieden? 'Alles' – iedere gelijkenis en ieder gebruik dat aan een merk doet denken of er aan refereert – kan een merkhouder verbieden. Want investeringen en opgebouwde goodwill moeten worden beschermd.

### 3. Minder merkenrecht (2000-2024)

Dan gaan we nu naar de tweede periode, de tweede periode van vijftientwintig jaar van het Benelux Gerechtshof, die kan worden omschreven als 'minder merkenrecht'.

Rond de eeuwwisseling veranderde de taak van het Benelux Gerechtshof. Het was niet langer de hoogste uitleg-rechter op het gebied van het merkenrecht. Ten gevolge van de harmonisatie door de eerste Europese Merkenrichtlijn<sup>21</sup> kwam die rol toe aan het Hof van Justitie van de EU.

In de zaken *Biomild*<sup>22</sup> en *Postkantoor*<sup>23</sup> fungeerde het Benelux Gerechtshof nog als doorgeefluik voor vragen van uitleg. In die zaken oordeelde het Hof van Justitie desgevraagd dat een combinatie van twee beschrijvende aanduidingen, zoals Biomild en Postkantoor, geen onderscheidend vermogen heeft als de combinatie niet iets extra's heeft. Het Benelux Gerechtshof gaf dit antwoord door aan de nationale rechter. Biomild en Postkantoor waren terecht als merk geweigerd. Terzijde: Biomild verdween later van de markt omdat het niet biologisch was. En postkantoren heb je, in elk geval in Nederland, ook nauwelijks meer.

14 BenGH 20 mei 1983, A 82/5, NJ 1984, 72, m.nt. LWH, BIE 1984/40, m.nt. DWFV (*Julien/Verschuere; Union*).

15 HvJ EG 11 november 1997, ECLI:EU:C:1997:528 (*Puma/Sabel*).

16 HvJ EG 9 januari 2003, ECLI:EU:C:2003:9 (*Davidoff/Gofkid*).

17 HvJ EG 18 juni 2009, ECLI:EU:C:2009:378 (*L'Oréal/Bellure*).

18 BenGH 9 juli 1984, A 82/2 (*Tanderil*).

19 Zie bijvoorbeeld: HvJ EG 25 oktober 2001, ECLI:EU:C:2001:566 (*Toshiba/Katun*) en HvJ EG 23 februari 2006, ECLI:EU:C:2006:147 (*Siemens/VIPA*).

20 HvJ EG 14 mei 2002, ECLI:EU:C:2002:287 (*Hölterhoff/Freiesleben*).

21 Eerste Richtlijn 89/104/EEG van de Raad van 21 december 1988 betreffende de aanpassing van het merkenrecht der lidstaten.

22 BenGH 26 juni 2000 en 1 december 2004, A 98/2 en HvJ EG 12 februari 2004, ECLI:EU:C:2004:87 (*Biomild*).

23 BenGH 1 december 2004 en 1 december 2004, A 99/1 en HvJ EG 12 februari 2004, ECLI:EU:C:2004:86 (*Postkantoor*).

In de jaren daarna stelden de nationale gerechten hun prejudiciële vragen rechtstreeks aan het Hof van Justitie.

In 2018 werd de nieuwe *Tweede Kamer* van het Benelux-Gerechtshof actief als beroepsinstantie voor de beslissingen van het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom. Die Tweede Kamer deed inmiddels een aantal belangwekkende uitspraken waarbij deze zich kritisch toonde ten aanzien van een te ruime merkbescherming. 'THINS' is te beschrijvend om een merk te zijn voor dunne broodjes,<sup>24</sup> oordeelde de Tweede Kamer. Het getoonde beeldmerk Sport world maakt wegens het beschrijvende hoofdbestanddeel, geen inbreuk op het beeldmerk Sportsworld.<sup>25</sup> En het woordmerk Sports Direct werd terecht geweigerd wegens gebrek aan onderscheidendvermogen.<sup>26</sup>



Nutrilife maakt geen inbreuk op Nutrilite, vanwege de hoge mate van beschrijvend karakter.<sup>27</sup> 'Goodbye yellow' kan wegens beschrijvendheid geen merk zijn voor een middel om vergeling van huid, haar, tanden of nagels tegen te gaan.<sup>28</sup> 'A2' kan geen merk zijn voor melk nu dit de officiële soort-aanduiding is voor een bepaald soort melk die makkelijk kan worden verteerd en beter schuimt, omdat deze overwegend vrij is van het A1- $\beta$ -caseïne-eiwit.<sup>29</sup>

Ook was de Tweede Kamer begin dit jaar streng voor schoenenmerk Dr. Martens. Zijn gele stiksel merk werd ongeldig verklaard, omdat merkherkenning door verworven bekendheid, de zogenaamde inburgering, ten aanzien van het gele stiksel in combinatie met donkere schoenen wél, maar in combinatie met fel gekleurde schoenen níet was bewezen.<sup>30</sup> Tegen deze beslissing van de Tweede Kamer is

een voorziening ingesteld<sup>31</sup> bij de Eerste Kamer van het Benelux-Gerechtshof. Het is de derde keer dat een dergelijke voorziening bij de Eerste Kamer wordt ingesteld,<sup>32</sup> maar dit lijkt tot nu wel de inhoudelijk meest interessante.



Eveneens dit jaar bevestigde de Tweede Kamer de weigering van de slagzinnen "INTENSE BY NATURE"<sup>33</sup> en "INTENSE PAR NATURE"<sup>34</sup> als merk voor bier, wegens gebrek aan onderscheidend vermogen. Daarmee is deze Kamer mogelijk strenger dan het Hof van Justitie van de EU. Het Hof van Justitie oordeelde in 2010 dat de slagzin 'Vorsprung durch Technik' van Audi een geldig merk was voor auto's, zonder dat bewijs van inburgering voorhanden was, omdat deze slogan zou getuigen van 'een zekere originaliteit en pregnantie, waardoor hij gemakkelijk te memoriseren is'.<sup>35</sup> Dat gold volgens dat Hof overigens niet voor 'Das Prinzip der Bequemlichkeit' voor meubels<sup>36</sup> en 'Wir machen das Besondere einfach' voor zogenaamde 'smart boards'.<sup>37</sup> Mijns inziens is die slagzin van Audi bekender dan die andere twee slagzinnen, niet origineler of pregnanter. Als de bekendheid bij het gehele relevante publiek *bewezen* wordt, is sprake van inburgering en mag de slagzin een merk zijn. Maar dan moet dat wel worden bewezen.

24 BenGH 18 oktober 2019, C 18/7 (*Grupo Bimbo*).  
25 BenGH 18 oktober 2019, C 18/8 (*Sportsdirect/Nethys*).  
26 BenGH 15 juni 2020, C-19/5 (*Sports Direct*).  
27 BenGH 26 februari 2020, C 18/4 (*Alticor/Fidiam*).  
28 BenGH 13 mei 2022, C-20/16 (*Goodbye/Henkel*).  
29 BenGH 15 juni 2020, C 20/19, C 20/20 en C 21/8 (*A2*).  
30 BenGH 6 februari 2024, C 22/15 (*Van Haren/Airwair*).

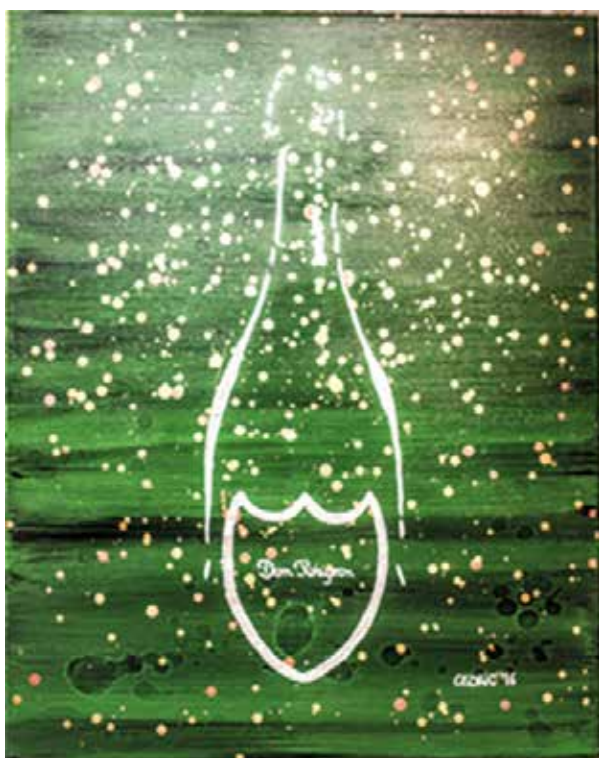
31 Artikel 9ter van het Verdrag betreffende de instelling en het statuut van een Benelux-Gerechtshof: 'Tegen de uitspraken, [van de Tweede Kamer], kan een tot rechtsvragen beperkte voorziening worden ingesteld bij de Eerste Kamer [...]'.  
32 Eerdere zaken waren: BenGH 15 maart 2021, C 9/11 (*BXT/GiGi*) en BenGH 7 december 2023, C 21/2 (*BV HE*).  
33 BenGH 6 februari 2024, C 22/8 (*Swinkels/BOIE*).  
34 BenGH 6 februari 2024, C 22/8 (*Swinkels/BOIE*).  
35 HvJ EU 21 januari 2010, ECLI:EU:C:2010:29 (*AUDI/BHIM, Vorsprung durch Technik*).  
36 HvJ EG 21 oktober 2004, ECLI:EU:C:2004:645 (*Das Prinzip der Bequemlichkeit*).  
37 HvJ EU 12 juli 2012, ECLI:EU:C:2012:460 (*Wir machen das Besondere einfach*).



Op 23 april 2024 werd de weigering als merk van THE REAL GREEK<sup>38</sup> voor Griekse restaurants door de Tweede Kamer bevestigd. Die naam is in gebruik voor restaurants op een eiland, ergens ten westen van de Benelux, buiten de Europese Unie. Daar is die naam misschien ingeburgerd, maar hier in de Benelux niet.

Het is duidelijk dat de Tweede Kamer van het Benelux Gerechtshof de vrije mededinging en de vrijheid van de taal serieus neemt.

In 2019 liet ook de Eerste Kamer van het Benelux Gerechtshof weer van zich horen in een beslissing waarin hij ruim baan gaf aan de *kunstvrijheid*. De kleine galerie van kunstenaar Cedric Peers werd wegens merkinbreuk aangesproken door het grote Moët Hennesy Champagne, rechthebbende op diverse woord- en beeldmerken voor Dom Perignon. Het Hof oordeelde in die zaak dat de artistieke vrijheid een 'geldige reden' vormt voor het gebruik van een merk in een schilderij, 'indien de kunstuiting het originele resultaat is van een creatief vormgevend proces dat niet erop is gericht het merk of de merkhouder schade toe te brengen'.<sup>39</sup> In deze David tegen Goliath zaak stelde het Hof een duidelijke grens aan de beschermingsomvang van merken. Dit keer in het licht van de kunstvrijheid. Ik kan u overigens van harte aanbevelen de galerie van Cedric Peers in Knokke eens te bezoeken of hem te volgen op Instagram.



Hiermee besluit ik de bespreking van de merkenrecht-spraak van het Benelux Gerechtshof met de conclusie dat het Benelux Gerechtshof de laatste vijftientig jaar ook aandacht heeft voor de grenzen van het merkenrecht. Vrije mededinging, vrijheid van de taal en vrijheid van de kunst zijn ook belangrijk.

Ik wens het Benelux Gerechtshof nog vele jaren met veel aandacht voor een goede balans tussen meer en minder merkenrecht.

Dank voor uw aandacht. *Merci*®.



<sup>38</sup> BenGH 23 april 2024, C 22/20 (*The Real Greek/BOIE*).

<sup>39</sup> BenGH 23 september 2019, A 18/01 (*Moët Hennesy Champagne/Cedric Art*).