



OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

DECISION en matière d'OPPOSITION

N° 2008856

du 11 juin 2018

Opposant : **ALTICOR INC**
7575 Fulton Street East
49355-0001 Ada, Michigan
Etats-Unis

Mandataire : **Novagraaf Nederland B.V.**
Hoogoorddreef 5
1101 BA Amsterdam
Pays-Bas

Marque invoquée 1 : **Marque de l'Union européenne 6646087**



Marque invoquée 2 : **Marque de l'Union européenne 10297547**



contre

Défendeur : **Fiddiam SA**
Rue des Bruyères 25
1274 Howald
Luxembourg

Mandataire : **Office Freylinger S.A.**
Route d'Arlon 234
8010 Strassen
Luxembourg

Marque contestée : **Dépôt Benelux 1267188**



I. FAITS ET PROCEDURE

A. Faits

1. Le 23 avril 2013, le défendeur a procédé au dépôt Benelux de la marque complexe



pour distinguer des produits et services en classes 3, 5, 29, 30, 31, 32 et 35. Ce dépôt a été mis à l'examen sous le numéro 1267188 et a été publié le 15 mai 2013.

2. Le 23 juillet 2013, l'opposant a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt. L'opposition est basée sur les marques antérieures suivantes :

- Marque de l'Union européenne 6646087, déposée le 6 février 2008 et enregistrée le 22 janvier 2009 pour des produits en classes 5, 29, 30 et 32 de la marque complexe



- Marque de l'Union européenne 10297547, déposée le 28 septembre 2011 et enregistrée le 7 mars 2012 pour des produits et services en classes 3, 9, 10, 11, 16, 29, 30, 32, 35,

38, 41, 42, 43, 44 et 45 de la marque complexe 

3. Il ressort du registre concerné que l'opposant est le titulaire des droits invoqués.

4. L'opposition est introduite contre tous les produits et services du signe contesté et est basée sur tous les produits et services des droits invoqués.

5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.14, alinéa 1^{er}, sous a de la Convention Benelux de la Propriété Intellectuelle (ci-après « CBPI »).

6. La langue de la procédure est le français.

B. Déroulement de la procédure

7. L'opposition est recevable et la notification relative à la recevabilité a été adressée aux parties le 25 juillet 2013. Au cours de la phase administrative de la procédure, les parties ont introduit leurs arguments. Tous les documents fournis satisfont aux exigences de la CBPI et du règlement d'exécution (ci-après : « RE ») y relatives. De plus, la procédure a été suspendue plusieurs fois sur demande des parties et a également été suspendue d'office suite à une demande d'annulation auprès de l'Office Européen pour la propriété Intellectuelle (ci-après « EUIPO »), concernant le droit invoqué 6646087. Suite à la décision prise par l'EUIPO le 22 juin 2015 dans cette procédure d'annulation, la classe 25 a été révoquée et la classification des produits en classes 30 et 32 de la marque invoquée a été limitée. La phase administrative de la procédure d'opposition a été clôturée le 28 octobre 2016.

II. MOYENS DES PARTIES

8. L'opposant a introduit, en application de l'article 2.14, alinéa 1^{er}, sous a, CBPI, une opposition auprès de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après « l'Office »), conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous b, CBPI : risque de confusion en raison de l'identité ou de la ressemblance des signes concernés et de l'identité ou de la similitude des produits et services en question.

A. Arguments de l'opposant

9. L'opposant établit que les produits et services du défendeur sont, soit identiques, soit similaires, soit complémentaires aux produits et services de l'opposant.

10. En ce qui concerne la comparaison des signes, l'opposant fait valoir que le droit invoqué est presque identique à l'élément dominant NUTRILIFE du signe contesté, huit des neuf lettres étant reprises à l'identique et dans le même ordre. La différence créée par l'ajout du mot descriptif SHOP ne supprime pas la similarité visuelle entre les signes. En l'espèce, les parties identiques et ressemblantes des signes dominant l'impression d'ensemble des signes. De plus, l'élément verbal dans les signes composés ayant souvent un impact plus élevé sur le consommateur que l'élément figuratif, l'opposant conclut que les signes sont fortement ressemblants sur le plan visuel. Phonétiquement, les signes sont également fortement ressemblants, selon l'opposant. Les droits invoqués seront prononcés en trois syllabes, le signe contesté en quatre. L'opposant rappelle que l'élément SHOP est descriptif et non distinctif. L'élément dominant du signe contesté, NUTRILIFE, ressemble fortement aux droits invoqués NUTRILITE. La différence dans la prononciation à cause de la lettre T dans les droits invoqués et la lettre F dans le signe contesté n'est pas suffisante pour supprimer la ressemblance phonétique entre les signes. Finalement, en ce qui concerne la comparaison conceptuelle des signes, l'opposant argumente que l'élément NUTRI dans les signes sera compris par le public comme une référence au mot néerlandais 'nutriënt' ou au mot anglais et français 'nutrition'. Cependant, les signes pris dans leur ensemble n'ont pas de signification précise de sorte qu'une comparaison conceptuelle ne peut qu'être partielle. Les signes se ressemblent donc conceptuellement en ce qui concerne l'élément NUTRI

11. Compte tenu de la forte ressemblance entre les signes et la similarité entre les produits et services, il existe un risque de confusion entre les signes. L'opposant demande à l'Office de faire droit à cette opposition et d'ordonner que les frais de l'opposition soient à charge du défendeur.

12. Le défendeur a demandé à l'opposant de produire des preuves d'usage pour le droit invoqué enregistré sous le numéro 6646087. L'opposant a répondu que ce droit n'était pas encore soumis à une obligation d'usage, la date d'enregistrement du droit invoqué se situant à l'intérieur de la période de cinq ans à compter de la date de publication du signe contesté.

B. Réaction du défendeur

13. En ce qui concerne la comparaison des produits et services, le défendeur estime qu'il n'existe pas de similitude entre les produits couverts par les marques antérieures qui sont tous destinés à être

mangés et donc à rassasier et les diverses boissons couvertes par le signe contesté, destinées à être bues et donc à éteindre la soif. Leur utilité est donc différente, ainsi que leur nature (liquide vs. solide).

14. Le défendeur considère qu'il existe des différences entre les signes en conflit. Ils contiennent tous le terme NUTRI qui est une abréviation de 'nutrition', 'nutritionnel', évoquant clairement les produits couverts par les signes. Ce préfixe est donc dépourvu de caractère distinctif au vu des produits couverts. Par ailleurs, le terme LITE dans les marques antérieures est également un terme courant généralement utilisé dans le secteur des produits alimentaires pour identifier ou caractériser une qualité des denrées alimentaires. La partie dominante des marques antérieures est le logo composé d'une feuille dans un carré, les éléments dominants du signe contesté sont les termes LIFE et SHOP suivi d'un logo. Le défendeur considère que le terme SHOP ne décrit pas les produits pharmaceutiques ni alimentaires ou une des caractéristiques de ces derniers.

15. Visuellement, les marques antérieures commencent par un logo ayant une importance prédominante à cause de sa position. Le signe contesté commence par le terme NUTRILIFE, contient sur une autre ligne le terme SHOP et inclut un logo en dernière position. Les éléments dominants des signes en conflit sont donc les logos très différents et les termes LIFE et SHOP dans le signe contesté. De plus, le signe contesté se distingue par une typographie particulière, une différence de couleur entre l'élément NUTRI en noir et les éléments LIFE et SHOP en gris, le mot SHOP étant par ailleurs écrit en italique. Le défendeur conclut que les signes présentent des différences visuelles importantes.

16. Phonétiquement, les marques antérieures sont composées de l'addition de deux termes totalement descriptifs : NUTRI et LITE. Le seul élément dominant des marques antérieures est le logo qui en soi n'a pas de réelle prononciation, mais pourrait être évoqué par sa description 'feuille dans un carré'. Le signe contesté contient comme élément distinctif les termes LIFE et SHOP qui se prononceront tous deux en une syllabe et un logo qui n'a pas de réelle prononciation, mais qu'on pourrait évoquer par la description 'silhouette dansante stylisée' par exemple. Etant donné leurs éléments dominants respectifs, les marques en conflit sont différentes sur le plan phonétique.

17. Conceptuellement, les signes sont très différents, d'après le défendeur. Abstraction doit être faite de l'élément descriptif NUTRI. Les marques antérieures font référence au concept de légèreté puisque LITE sera prononcé de la même manière que le terme anglais 'light' compris de la grande majorité du public, même non anglophone, comme signifiant 'léger'. Par ailleurs, la feuille fait également référence au concept de légèreté. Le signe contesté fait référence au concept de vie, d'énergie. En effet, le terme LIFE, terme anglais signifiant 'vie' est un terme usuel bien compris de la grande majorité des consommateurs non anglophones, mais totalement distinctif car dépourvu de signification par rapport aux produits et services couverts. Le signe contesté comprend également le terme SHOP signifiant 'magasin'.

18. Le défendeur explique que de nombreuses marques commençant par le terme NUTRI coexistent en particulier sur le territoire Benelux. L'opposant ne peut donc pas détenir le monopole de ce terme qui est une simple abréviation de 'nutritionnel'. De plus, confrontés à deux marques commençant par le même suffixe NUTRI, les consommateurs seront tout à fait aptes à les distinguer par leurs éléments complémentaires, à savoir d'un côté une feuille dans un carré et le terme LITE, de l'autre côté le terme LIFE et une silhouette dansante.

19. Pour ces raisons, le défendeur considère qu'il n'existe pas de risque de confusion entre les signes. Il demande donc à l'Office de bien vouloir enregistrer le signe contesté et de juger que les frais de l'opposition sont à charge de l'opposant.

III. DECISION

A.1. Preuves d'usage

20. En application de l'article 2.16, alinéa 3, sous a, CBPI et de l'article 2.26, alinéa 2, sous a CBPI, un usage sérieux de la marque doit être fait pour les produits ou services pendant une période de cinq années antérieure à la date de publication du dépôt contre lequel l'opposition est dirigée.

21. Le dépôt contesté a été publié le 15 mai 2013. La période de cinq ans s'étend, dès lors, du 15 mai 2008 au 15 mai 2013.

22. Etant donné que l'enregistrement des droits invoqués est postérieur au 15 mai 2008, la demande de preuves d'usage du défendeur n'est pas fondée. L'opposant n'a donc pas réagi, à juste titre, à ce demande du défendeur (voir point 12).

A.2. Risque de confusion

23. Conformément à l'article 2.14, alinéa 1^{er}, CBPI, l'opposant, en tant que titulaire d'une marque antérieure, peut introduire une opposition auprès de l'Office contre une marque qui prend rang après la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b, CBPI.

24. L'article 2.3, sous a et b, CBPI, stipule : « *Le rang du dépôt s'apprécie en tenant compte des droits, existant au moment du dépôt et maintenus au moment du litige, à: a. des marques identiques déposées pour des produits ou services identiques; b. des marques identiques ou ressemblantes déposées pour des produits ou services identiques ou similaires, lorsqu'il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion qui comprend le risque d'association avec la marque antérieure* ».

25. Selon la jurisprudence constante de la CJUE relative à l'interprétation de la directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 octobre 2008 rapprochant les législations des états membres sur les marques (ci-après: « la Directive »), constitue un risque de confusion le risque que le public puisse croire que les produits ou services concernés proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement (arrêts CJUE, Canon, C-39/97, 29 septembre 1998, ECLI:EU:C:1998:442 ; Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juin 1999, ECLI:EU:C:1999:323 ; voyez aussi e.a. CJBen, A 98/3, Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges, 2 octobre 2000 ; CJBen, A 98/5, Marca Mode/Adidas, 7 juin 2002 ; Hoge Raad der Nederlanden, C02/133HR, Flügel-flesje, 14 novembre 2003, ECLI:NL:HR:2003:AK4818; Bruxelles, N-20060227-1, 27 février 2006).

Comparaison des signes

26. Les droits invoqués étant identiques, ils font l'objet d'une seule et même comparaison avec le signe contesté. Pour faciliter la lecture, les droits invoqués sont indiqués ci-après au singulier comme « le droit invoqué ».

27. Les signes à comparer sont les suivants :

Opposition basée sur:	Opposition dirigée contre:
	
<p>Cl 3 Produits de soins personnels, y compris produits de toilette et produits de soin de la peau non médicaux, y compris huiles, lotions, crèmes, gels, encres (toner), hydratants et produits nettoyants. <i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	<p>Cl 3 Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser ; savons ; parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux ; dentifrices ; cosmétiques, huiles de massage, crèmes de massage, lotions de massage ; sprays pour le corps et le visage ; gélules et compléments alimentaires à usage cosmétique et diététique.</p>
<p>Cl 5 Compléments nutritionnels et alimentaires ; compléments diététiques et/ou alimentaires composés de vitamines et/ou de substances minérales ; compléments alimentaires (substituts de repas) gélatineux ; en-cas (substituts de repas) compris dans cette classe ; boissons (substituts de repas) liquides et en poudre, comprises dans cette classe ; boissons énergétiques (compléments diététiques) ; boisson protéinée enrichie d'un point de vue nutritionnel ; poudres protéinées utilisées comme compléments nutritionnels. <i>Enregistrement européen 6646087</i></p>	<p>Cl 5 Produits pharmaceutiques et vétérinaires ; produits hygiéniques pour la médecine ; substances diététiques à usage médical, aliments pour bébés ; emplâtres, matériel pour pansements ; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires ; désinfectants ; produits pour la destruction des animaux nuisibles ; fongicides, herbicides ; boissons diététiques à usage médical ; digestifs à usage pharmaceutique ; thé amaigrissant à usage médical ; thé médicinal ; thé diététique à usage médical ; produits chimico-pharmaceutiques ; préparations chimiques à usage médical ou diététique ; compléments nutritionnels à usage médical ; remèdes pour la médecine humaine contre la constipation; médicaments à usage diététique ; pain pour diabétiques ou à usage médico-diététique ; produits pharmaceutiques, vétérinaires, substances diététiques à usage médical.</p>

<p>Cl 9 Matériel informatique, logiciels et périphériques d'ordinateur pour programmes de gestion du poids, à savoir logiciels de suivi quotidien des aliments, de planification des activités, de planification de menus, de suivi des calories, de calcul de recettes et de suivi des résultats ; contenus numériques, à savoir, Cd, DVD, fichiers téléchargeables contenant des informations sur la perte de poids, la gestion du poids, la nutrition et l'exercice ; logiciels d'application informatiques pour téléphones mobiles, à savoir, logiciels pour la gestion du poids; agendas électroniques, capteurs électroniques pour mesurer les mouvements du corps humain, balances pour peser les aliments et pèse-personnes. <i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	
<p>Cl 10 Kits de diagnostic pour l'évaluation de facteurs génétiques, biomarqueurs et risques pour la santé en rapport avec un programme de gestion du poids, appareils médicaux pour l'application de produits topiques de soin de la peau. <i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	
<p>Cl 11 Appareils pour faire du café et du thé. <i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	
<p>Cl 16 Agendas et journaux, calendriers, classeurs, publications périodiques, et brochures dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice ; matériel d'éducation et de formation imprimé et manuels dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice. <i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	
<p>Cl 29 En-cas (barres) à base de fruits et/ou de noisettes enrichis en matières nutritionnelles, vitamines et/ou minéraux. <i>Enregistrement européen 6646087</i></p> <p>Cl 29 Plats préparés principalement à base de volaille, poisson, fruits de mer, boeuf, viande de porc et/ou légumes ; en-cas (barres) à base de fruits et/ou de noix enrichis en matières nutritionnelles, vitamines et/ou minéraux.</p>	<p>Cl 29 Viande, poisson, volaille et gibier ; extraits de viande ; fruits et légumes conservés, séchés et cuits ; gelées, confitures, compotes ; oeufs, lait et produits laitiers ; huiles et graisses comestibles ; bouillons, préparations pour faire des bouillons, bouillons concentrés ; potages ; juliennes [potages] ; compote de pommes ; marmelades ; conserves de fruits, salades de fruits, salades de légumes ; fruits et jus végétaux pour la cuisine ; conserves de poisson ; saucisses ; jambon ; conserves de</p>

<p><i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	<p>viande ; beurre, boissons lactées où le lait prédomine, crème [produit laitier], crème fouettée, fromages, yaourts, petit- lait, margarine ; protéine pour l'alimentation humaine ; gélatine pour aliments; mets à base de poisson ou de viande.</p>
<p>CI 30 En-cas à base de farine ou céréales enrichis en vitamines et/ou minéraux. <i>Enregistrement européen 6646087</i></p> <p>CI 30 Plats préparés essentiellement à base de pâtes alimentaires, riz, ou graines ; farine et/ou sirop de maïs et/ou en-cas à base de céréales enrichis en vitamines et/ou minéraux ; biscuits enrichis en matières nutritionnelles ; café ; thé. <i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	<p>CI 30 Café, thé, cacao, sucre, riz, tapioca, sagou, succédanés du café; farines et préparations faites de céréales, pain, pâtisserie et confiserie, glaces comestibles ; miel, sirop de mélasse ; levure, poudre pour faire lever ; sel, moutarde, vinaigre, sauces (condiments) ; épices ; glace à rafraîchir, glaces alimentaires ; pâtes alimentaires ; poudres pour glaces alimentaires ; biscottes ; biscuiterie ; biscuits ; aromates pour boissons autres que les huiles essentielles ; boissons à base de cacao ; boissons à base de café ; boissons à base de chocolat ; boissons à base de thé ; produits de cacao ; préparations végétales remplaçant le café ; caramels [bonbon] ; crèmes glacées ; essences pour l'alimentation à l'exception des essences éthériques et des huiles essentielles, y compris essences séchées; mets à base de farine ; sandwiches ; gâteaux ; aromates pour gâteaux autres que les huiles essentielles ; liants pour glaces alimentaires ; infusions non médicales ; mayonnaises ; muesli ; nouilles ; pizzas ; pralines ; sauces à salade ; sucreries ; confiserie ; tartes ; yaourt glacé.</p>
	<p>CI 31 Produits agricoles, horticoles, forestiers et graines, non compris dans d'autres classes ; animaux vivants ; fruits et légumes frais ; semences, plantes et fleurs naturelles ; aliments pour les animaux ; malt ; arbres [végétaux] ; arbustes ; herbes potagères fraîches ; plantes ; racines alimentaires ; troncs d'arbres ; compléments alimentaires à base de légumes frais ; compléments alimentaires à base de plantes ; compléments alimentaires à base d'herbes potagères fraîches.</p>
<p>CI 32 Boissons pour sportifs ; Boissons isotoniques et mélanges pour boissons ; Mélanges pour préparation de boissons aromatisées non alcooliques. <i>Enregistrement européen 6646087</i></p>	<p>CI 32 Bières ; eaux minérales et gazeuses et autres boissons non alcooliques ; boissons de fruits et jus de fruits ; sirops et autres préparations pour faire des boissons.</p>

<p>CI 32 Boissons pour sportifs ; boissons isotoniques et mélanges pour boissons ; boissons de fruits et jus de fruits ; préparations pour faire des eaux aromatisées ou des boissons non alcooliques ; boissons aromatisées à base de fruits, protéines, sirops de fruits, sucre ou autres nutriments liquides, à savoir boissons protéinées utilisées comme charges alimentaires et non comme substituts de repas ; injections de vitamine pour la beauté.</p> <p><i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	
<p>CI 35 Fourniture d'assistance commerciale et organisationnelle liée à l'établissement et/ou à l'exploitation du marketing à plusieurs niveaux et du merchandising au détail de programmes de gestion du poids ; publicité , services de publicité et de marketing dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice ; démonstrations de produits dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice ; services de vente au détail dans les commerces, à savoir produits et services dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice ; services de vente au détail en ligne, à savoir produits et services dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice; services de primes de fidélité aux consommateurs, à savoir fourniture d'un programme d'encouragement (primes) où des points sont attribués pour des achats réalisés et qui peuvent être échangés contre des avantages ou d'autres achats.</p> <p><i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	<p>CI 35 Publicité ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; travaux de bureau ; services d'abonnement à des journaux ; aide à la direction des affaires conseils en organisation et direction des affaires ; consultation pour la direction des affaires ; expertises d'affaires ; informations d'affaires ; renseignements d'affaires ; agences d'informations commerciales ; agences de publicité ; diffusion d'annonces publicitaires ; diffusion (distribution) d'échantillons ; diffusion et distribution de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, journaux, échantillons) ; location d'espaces publicitaires ; location de temps publicitaire sur tous moyens de communication ; publication de textes publicitaires ; courrier publicitaire ; mise à jour de documentation publicitaire; publicité en ligne sur un réseau informatique ; publicité par correspondance ; promotion des ventes pour des tiers ; reproduction de documents ; gestion de fichiers informatiques ; recherches d'informations dans des fichiers informatiques ; gestion administrative de sociétés d'édition ; présentation de produits pharmaceutiques, de santé ou de compléments nutritionnels sur tout moyen de communication pour la vente au détail ; services de vente au détail et d'aide pour la commercialisation en gros de produits pharmaceutiques, de santé ou de compléments nutritionnels.</p>
<p>CI 38 Mise à disposition de forums de discussion et de tableaux d'affichage électroniques en ligne pour la transmission de messages entre utilisateurs d'ordinateur dans le domaine de la</p>	

<p>gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice. <i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	
<p>Cl 41 Services d'éducation et de formation, à savoir conduite de séminaires, conférences, cours et/ou cours particuliers dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice et distribution de matériel de cours connexe ; fourniture d'un site web proposant des informations pour l'éducation et la formation sur un programme de gestion du poids ; fourniture de primes, concours et défis visant à récompenser les participants à des programmes qui font de l'exercice, font des choix alimentaires sains et participent à d'autres activités de promotion de la santé; fourniture d'un site web contenant des informations sur des programmes d'exercice et de remise en forme. <i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	
<p>Cl 42 Recherche et développement de nouveaux produits pour des tiers dans le domaine de la gestion du poids ; hébergement d'un site web communautaire en ligne permettant des communications partagées entre les membres d'une communauté participant à des programmes de gestion du poids. <i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	
<p>Cl 43 Services de préparation d'aliments proposant des plats à emporter ou livrés à domicile ; fourniture d'une base de données dans le domaine des recettes, des informations de cuisine et de la préparation des aliments et des boissons ; fourniture d'informations en ligne dans le domaine des recettes, des informations de cuisine et de la préparation des aliments et des boissons ; fourniture d'un site web où les utilisateurs peuvent partager des recettes et afficher des évaluations, des critiques et des recommandations dans le domaine des recettes, des informations de cuisine et de la préparation des aliments et des boissons. <i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	

<p>CI 44 Services de gestion du poids, à savoir fourniture de programmes de gestion du poids et/ou de perte de poids, y compris matériel d'assistance, services fournis par un diététicien, conseils, questionnaires et jeux de questions-réponses pour l'auto-évaluation, et fourniture de conseils et d'informations dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice ; tests de soins de santé, à savoir tests génétiques, tests de biomarqueurs et évaluations de style de vie liés à des programmes de gestion du poids; services de conseils dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice ; fourniture d'informations dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice via un réseau informatique mondial ; fourniture d'un site web interactif proposant des informations et des liens concernant un mode de vie sain et la perte de poids ; mise à disposition de physiologues en matière d'exercice, de diététiciens homologués, d'entraîneurs en matière de bien-être et/ou d'entraînement personnel liés à des programmes de gestion du poids ; fourniture de bulletins en ligne proposant des informations dans le domaine de la gestion du poids.</p> <p><i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	
<p>CI 45 Organisation et conduite de groupes de soutien dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice.</p> <p><i>Enregistrement européen 10297547</i></p>	

28. Il ressort du libellé de l'article 4, paragraphe 1, sous b de la Directive (comp. article 2.3, sous b, CBPI), aux termes duquel « *il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion qui comprend le risque d'association avec la marque antérieure* », que la perception des marques qu'a le consommateur moyen du type de produit ou service en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale du risque de confusion. Le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (CJUE, Sabel, C-251/95, 11 novembre 1997, ECLI:EU:C:1997:528).

29. L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte notamment des éléments distinctifs et dominants de celles-ci.

30. L'impression d'ensemble produite auprès du public pertinent par une marque complexe peut, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs des composants de celle-ci (CJUE, arrêt Limonchello, C-334/05 P, 12 juin 2007, ECLI:EU:C:2007:333). Lors de l'appréciation du caractère dominant d'un ou de plusieurs composants déterminés d'une marque complexe, il convient de prendre en compte, notamment, les qualités intrinsèques de chacun de ces composants en les comparant à celles des autres composants. En outre, et de manière accessoire, peut être prise en compte la position relative des différents composants dans la configuration de la marque complexe (TUE, Matratzen, T-6/01, 23 octobre 2002, ECLI:EU:C:2006:164 et TUE, El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 décembre 2007, ECLI:EU:T:2007:391).

31. Il convient de relever que le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important. Les marques qui ont un caractère distinctif élevé, soit intrinsèquement, soit en raison de la notoriété dont elles jouissent sur le marché, bénéficient d'une protection plus étendue que celles dont le caractère distinctif est moindre (voir arrêt Canon, précité).

32. Le droit invoqué est une marque semi-figurative, constituée d'un mot de neuf lettres : NUTRILITE. Devant le mot se trouve un carré en gris et noir, divisé par une ligne diagonale. Dans ce carré figure la représentation stylisée d'une feuille. Le signe contesté est également une marque semi-figurative, consistant en deux mots de respectivement neuf et quatre lettres, NUTRILIFE et SHOP, en caractères fins noirs. Le mot SHOP se trouve en dessous du mot NUTRILIFE. A la droite de ces mots figure une silhouette de personne stylisée.

33. En principe, le consommateur percevra une marque comme un ensemble. Il est toutefois vrai que le consommateur moyen, en percevant un signe verbal, décomposera celui-ci en des éléments verbaux qui, pour lui, suggèrent une signification concrète ou qui ressemblent à des mots qu'il connaît (TUE, arrêt Vitakraft, T-356/02, 6 octobre 2004, ECLI:EU:T:2004:292; arrêt RESPICUR, T-256/04, 13 février 2007, ECLI:EU:T:2007:46; arrêt ECOBLUE, T-281/07, 12 novembre 2008, ECLI:EU:T:2008:489). Le public Benelux décomposera le droit invoqué en ses deux éléments NUTRI et LITE et le signe contesté en ses éléments NUTRI, LIFE et SHOP. Il est déjà à noter que les mots LITE, LIFE et SHOP appartiennent à la connaissance de base de l'anglais du consommateur Benelux et seront donc facilement et immédiatement reconnus par le public Benelux.

34. L'Office rappelle que le public ne considérera pas un élément descriptif faisant partie d'une marque complexe comme l'élément distinctif et dominant de l'impression d'ensemble produite par celle-ci (TUE, arrêt BUDMEN, T-129/01, 3 juillet 2003, ECLI:EU:T:2003:184 ; arrêt ECHINAID, T-202/04, 5 avril 2006, ECLI:EU:T:2006:106 et arrêt ACTIVY Media Gateway, T-434/05, 27 novembre 2007, ECLI:EU:T:2007:359). L'élément NUTRI est une abréviation désignant la 'nutrition' ou un 'nutriment'. Le terme LITE du droit invoqué est un élément communément utilisé, en tant que terme courant dans le secteur des produits alimentaires pour identifier ou caractériser une qualité des denrées alimentaires. Il informe le public sur une caractéristique des produits et des services en cause, à savoir la nature légère des denrées alimentaires et des services liés à la maîtrise du poids grâce à des produits faiblement caloriques (voir TUE, LITE, T-79/00, 27 février 2002, ECLI:EU:T:2002:42). L'élément NUTRILITE peut donc être compris comme ayant trait à une nutrition peu calorique. Il est descriptif pour des produits et compléments alimentaires concernés et les services relatifs à la maîtrise du poids grâce à nutrition faiblement caloriques. Il ne permettra donc pas au public concerné de

distinguer les produits et services concernés de ceux ayant une autre origine commerciale. La représentation graphique de la feuille dans le droit invoqué sera perçue comme l'élément dominant.

35. Le signe contesté est composé de l'élément NUTRI, désignant la 'nutrition', et du mot anglais LIFE, signifiant 'la vie', suivi du mot SHOP, signifiant 'magasin'. Comme les produits et services du signe contesté peuvent tous avoir trait à la nutrition et peuvent tous être vendus ou rendus dans un magasin, l'Office considère que les éléments NUTRI et SHOP sont descriptifs pour les produits et services concernés. Par conséquent, l'élément LIFE, ainsi que l'élément graphique seront perçus comme étant dominants dans le signe contesté et le consommateur aura donc l'attention davantage attirée par ces éléments.

36. Il est de jurisprudence constante que des similitudes visuelles et phonétiques entre deux marques peuvent être neutralisées par des différences conceptuelles. Une telle neutralisation requiert qu'au moins une de ces marques ait, dans la perspective du public pertinent, une signification claire et déterminée, de sorte que ce public soit susceptible de la saisir immédiatement. Le fait que cette marque ne désigne aucune caractéristique des produits pour lesquels l'enregistrement de celle-ci a été effectué n'empêche pas le public pertinent de saisir immédiatement la signification de cette marque. Il suffit qu'une des marques concernées soit dotée d'une telle signification pour que, lorsque l'autre marque n'a pas une telle signification ou a seulement une signification entièrement différente, des similitudes visuelles et phonétiques existant entre ces marques soient neutralisées dans une large mesure (voir entre autres arrêts TUE, Bass, T-292/01, 14 octobre 2003, ECLI:EU:T:2003:264 ; TUE, Zirh, T-355/02, 3 mars 2004, ECLI:EU:T:2004:62 ; CJUE, Picasso-Picaro, C-361/04, 12 janvier 2006, ECLI:EU:C:2006:25).

37. Dans le cas présent, le droit invoqué a une signification établie qui sera immédiatement comprise par le public pertinent (voir point 34). L'Office est d'avis que la signification différente des signes à cause des éléments différents, LITE d'une part vs LIFE et SHOP d'autre part, est suffisante pour neutraliser les ressemblances aux niveaux visuel et phonétique entre le droit invoqué et le signe contesté.

38. Tenant compte du caractère descriptif de l'élément NUTRILITE, l'Office estime que le consommateur aura l'attention davantage attirée par les éléments spécifiques et distinctifs de chacun des signes en cause, et plus précisément les différences graphiques et typographiques, ainsi que les différences phonétiques et conceptuelles liées aux éléments spécifiques des signes en conflit, LITE d'une part, LIFE et SHOP d'autre part. Il s'ensuit que les différences entre la marque et le signe attireront plus l'attention que les ressemblances.

Conclusion

39. Pour ces raisons, l'Office estime que l'impression d'ensemble de la marque et celle du signe ne se ressemblent pas ou du moins pas suffisamment pour qu'il existe un risque de confusion.

Comparaison des produits et services

40. Etant donné que l'Office conclut à l'absence de ressemblance des signes, il ne procédera pas – pour des raisons d'économie procédurale – à une comparaison des produits et services. En effet, conformément aux termes de l'article 2.3, sous b, CBPI, la ressemblance entre les signes et la similitude entre les produits et services sont toutes deux exigées pour pouvoir constater un risque de confusion. Vu l'absence de ressemblance entre les signes, il ne peut pas exister de risque de confusion dans l'esprit du public.

B. Conclusion

41. Sur base de ce qui précède, l'Office conclut qu'en l'absence de ressemblance suffisante des signes, il ne peut exister de risque de confusion dans l'esprit du public. Par conséquent, l'Office n'a pas effectué la comparaison des produits et services. En effet, un risque de confusion présuppose à la fois une identité ou une similitude des marques en conflit et une identité ou une similitude des produits ou des services qu'elles désignent. Il s'agit, là, de conditions cumulatives (TUE, arrêt YOKANA, T-103/06, 13 avril 2010, ECLI:EU:T:2010:137).

IV. CONSÉQUENCE

42. L'opposition portant le numéro 2008856 n'est pas justifiée.

43. Le dépôt Benelux numéro 1267188 est enregistré.

44. L'opposition n'étant pas justifiée, l'opposant est redevable d'un montant de 1.030 euros au bénéfice du défendeur en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI et la règle 1.32, alinéa 3 du RE. La présente décision forme titre exécutoire en vertu de l'article 2.16, alinéa 5 CBPI.

La Haye, le 11 juin 2018

Tineke Van Hoey
(rapporteur)

Saskia Smits

Pieter Veeze

Agent chargé du suivi administratif : Etienne Colsoul