

# OFFICE BENELUX DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE DECISION en matière d'OPPOSITION Nº 2011394

du 11 juin 2018

Opposant: ALTICOR INC

7575 Fulton Street East 49355-0001 Ada, Michigan

Etats-Unis

Mandataire: Octrooibureau Vriesendorp & Gaade B.V.

Koninginnegracht 19 2514 AB Den Haag

Pays-Bas

Marque invoquée 1 : Marque de l'Union européenne 10297547



Marque invoquée 2 : Enregistrement Benelux 409581

NUTRILITE

Marque invoquée 3 : Enregistrement Benelux 601697

NUTRILITE

Marque invoquée 4 : Marque de l'Union européenne 6646087



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 1315658

NUTRILIFE

# I. FAITS ET PROCEDURE

#### A. Faits

- 1. Le 19 août 2015, le défendeur a procédé au dépôt Benelux de la marque verbale NUTRILIFE 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 1315658 et a été publié le 28 septembre 2015.
- 2. Le 17 novembre 2015, 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 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



- Enregistrement Benelux 409581, déposé le 18 avril 1985 et enregistré pour des produits en classes 5, 29, 30 et 32 de la marque verbale NUTRILITE ;
- Enregistrement Benelux 601697, déposé le 12 septembre 1996 et enregistré pour des produits en classes 5, 29, 30 et 32 de la marque verbale NUTRILITE ;
- 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



- 3. Il ressort des registres concernés 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 une partie des produits et services des droits invoqués.
- 5. Les motifs de l'opposition sont ceux consignés à l'article 2.14, alinéa 1<sup>er</sup>, 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 30 novembre 2015. Au cours de la phase administrative de la procédure, les parties ont introduit leurs arguments et à la requête du défendeur, l'opposant a fourni des preuves d'usage. Tous les documents fournis satisfont aux exigences de la CBPI et du règlement d'exécution (ci-après : « RE ») y relatives. La phase administrative de la procédure d'opposition a été clôturée le 21 août 2017.

# II. MOYENS DES PARTIES

8. L'opposant a introduit, en application de l'article 2.14, alinéa 1<sup>er</sup>, 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 l'élément graphique des marques complexes invoquées est tellement petit que l'élément verbal saute le plus aux yeux. Pour cette raison l'élément verbal est l'élément dominant. Les marques invoquées et le signe contesté sont tous composés de neuf lettres, dont huit sont identiques. Visuellement, les marques et le signe se ressemblent dans la mesure où l'ordre des lettres N-U-T-R-I-L-I-\*-E est le même.
- 10. La prononciation des lettres N-U-T-R-I-L-I-\*-E est identique. Les marques et le signe diffèrent quant à la prononciation des lettres 'T' et 'F'. L'opposant estime donc qu'il existe un degré élevé de ressemblance entre les marques et le signe sur le plan phonétique.
- 11. Conceptuellement, les marques et le signe n'ont aucune signification établie. L'élément 'Nutri' peut éventuellement être perçu comme une abréviation du mot anglais 'nutrition' ou du mot néerlandais 'nutriënt' qui signifie 'élément nutritif', mais le préfixe 'nutri' n'a en soi aucune signification. Le mot anglais 'lite' évoque 'low-fat' ou 'low-sugar', selon le Oxford English Dictionary. L'élément 'life' du signe contesté est un mot anglais signifiant 'la vie'. Selon l'opposant, il n'existe pas de différences conceptuelles entre les marques et le signe.
- 12. L'opposant est d'avis que les produits et services cités dans le signe contesté doivent être considérés comme étant en partie identiques, en partie similaires et pour le reste liés ou complémentaires aux produits et services des droits invoqués.
- 13. En l'espèce, il n'a pas été établi qu'il était question d'un niveau d'attention plus élevé, d'après l'opposant. Les produits concernés sont des produits de soins personnels et des aliments, à savoir des articles auxquels le consommateur est journellement confronté. Il s'agit de produits destinés au grand public. De plus, l'opposant estime que le droit invoqué a pour le moins un caractère distinctif normal.
- 14. Tenant compte de ce qui précède, il y a lieu de considérer que le public peut croire que les produits et services de l'opposant et ceux du défendeur sont originaires de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement. L'opposant ajoute qu'il s'est déjà opposé avec succès s'oppose au signe NUTRILIFE sur base de ses marques NUTRILITE devant l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (ci-après 'EUIPO').
- 15. L'opposant prie l'Office d'accueillir l'opposition, de la déclarer justifiée et de condamner le défendeur aux dépens.

16. Suite à la demande du défendeur, l'opposant a introduit des preuves d'usage.

#### B. Réaction du défendeur

- 17. Le défendeur conteste que les produits des droits invoqués et ceux du signe contesté soient identiques ou similaires et il met en avant la différence entre les produits du défendeur et ceux de l'opposant.
- 18. Le défendeur considère que les différences entre les signes éliminent un risque de confusion. Le préfixe NUTRI, abréviation des termes 'nutrition', 'nutritionnel', évoque évidemment des produits couverts par les signes. Il est donc dépourvu de caractère distinctif. Le terme LITE 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 donc leur logo constitué d'un carré contenant une feuille, celle du signe contesté est le terme 'LIFE'.
- 19. Visuellement, les signes présentent des différences importantes leur conférant une impression d'ensemble différente, d'après le défendeur. Le logo des droits invoqués est placé en première position et a donc une importance prédominante. Dans le signe contesté, le mot LIFE est l'élément dominant.
- 20. Phonétiquement, les marques antérieures sont composées de deux termes totalement descriptifs : NUTRI et LITE. Le seul élément dominant au sein de ces marques est donc 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 le terme 'LIFE' qui se prononcera en une syllabe. Le défendeur estime donc que, tenant compte de leurs éléments dominants respectifs, les signes concernés diffèrent.
- 21. Conceptuellement, les signes sont très différents, selon le défendeur. Les marques invoquées font clairement référence au concept de légèreté puisque 'LITE' sera prononcé de la même manière que le terme 'LIGHT', signifiant 'léger'. Par ailleurs, la feuille fait également référence au concept de légèreté. Le signe contesté réfère à la vie, l'énergie. Le terme LIFE est totalement distinctif car il est dépourvu de signification en rapport aux produits et services couverts. Les concepts véhiculés par les signes sont donc très différents, selon le défendeur.
- 22. Le défendeur fait remarquer que de nombreuses marques commençant par le terme 'NUTRI-' coexistent en particulier sur le territoire Benelux. L'opposant ne peut donc pas prétendre avoir un monopole de ce terme. Le préfixe NUTRI étant un terme courant, non distinctif, les consommateurs seront tout à fait aptes à différencier les signes concernés par leurs éléments complémentaires, soit une feuille et le terme LITE pour les droits invoqués, soit le terme LIFE pour le signe contesté.
- 23. Pour ces raisons, le défendeur est d'avis qu'il n'existe pas de risque de confusion et il demande donc à l'Office d'enregistrer le signe contesté et de condamner l'opposant au remboursement des frais de l'opposition.
- 24. Finalement, en ce qui concerne les preuves d'usage, le défendeur considère que l'opposant n'a pas prouvé l'usage sérieux des droits invoqués et il demande donc à l'Office de ne pas prendre en compte les droits invoqués étant soumis à une obligation d'usage en tant que base de l'opposition.

# III. DECISION

#### A.1. Risque de confusion

- 25. Conformément à l'article 2.14, alinéa 1<sup>er</sup>, 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.
- 26. 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 ».
- 27. 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

En ce qui concerne les droits invoqués verbaux (enregistrements Benelux 409581 et 601697)

- 28. Ces droits invoqués étant identiques, ils font l'objet d'une seule et même comparaison avec le signe contesté. Pour faciliter la lecture, les droits sont indiqués ci-après au singulier comme « le droit invoqué ».
- 29. Les signes à comparer sont dès lors les suivants :

Opposition basée sur:	Opposition dirigée contre:
AULTDU ITE	AU ITOU IEE
NUTRILITE	NUTRILIFE

30. 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).

- 31. 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.
- 32. 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).
- 33. 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).
- 34. Le droit invoqué est un marque verbale, composée d'un mot : NUTRILITE. Le signe contesté est également une marque verbale d'un mot, NUTRILIFE.
- 35. 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 éléments NUTRI et LITE et le signe contesté en ses éléments NUTRI et LIFE. Il est déjà à noter que les mots LITE et LIFE seront facilement et immédiatement reconnus par le public Benelux vu que ces mots appartiennent à la connaissance de base de l'anglais du consommateur Benelux.
- 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 gestion du poids par le biais des produits pauvres en calories (voir TUE, LITE, T-79/00, 27 février 2002, ECLI:EU:T:2002:42). Le mot NUTRILITE peut donc être compris comme ayant trait à une nutrition peu calorique. Il est descriptif pour de produits et compléments alimentaires concernés et les services relatifs à la maîtrise du poids

grâce â une nutrition légère. Il ne permettra donc pas au public concerné de distinguer les produits et services concernés de ceux ayant une autre origine commerciale.

- 37. Le signe contesté est composé de l'élément NUTRI, désignant la 'nutrition' et du mot anglais LIFE, signifiant 'la vie'. Comme les produits et services du signe contesté peuvent tous avoir trait à la nutrition, l'Office considère que l'élément NUTRI est descriptif pour les produits et services concernés. Par conséquent, l'élément LIFE sera perçu comme étant l'élément dominant dans le signe contesté et le consommateur aura donc l'attention davantage attirée par ce dernier élément du signe.
- 38. 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).
- 39. Dans le cas présent, le droit invoqué a une signification établie qui sera immédiatement comprise par le public pertinent (voir point 36). Le signe contesté a également une signification claire qui diffère de celle du droit invoqué. L'Office est d'avis que la signification différente des signes liée à leur deuxième élément différent, LITE vs LIFE, est suffisante pour neutraliser les ressemblances aux niveaux visuel et phonétique entre le droit invoqué et le signe contesté.
- 40. Le droit invoqué ayant un caractère distinctif minimal, il ne peut y avoir un risque de confusion qu'entre des signes identiques, ce qui n'est pas le cas ici. Tenant compte du caractère descriptif du signe NUTRILITE, l'Office estime que le consommateur aura l'attention davantage attirée par les éléments spécifiques de chacun des signes en cause, et plus précisément les différences conceptuelles liées au deuxième élément des signes en conflit qui est différent, LITE et LIFE. Il s'ensuit que les différences entre la marque et le signe attireront plus l'attention que les ressemblances.

# Conclusion

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

En ce qui concerne les droits invoqués semi-figuratifs (marques de l'Union européenne 10297547 et 6646087)

42. 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 sont indiqués ci-après au singulier comme « le droit invoqué ».

43. Les signes à comparer sont dès lors les suivants :

Opposition basée sur:	Opposition dirigée contre:
NUTRILITE	NUTRILIFE

44. Le droit invoqué est une marque semi-figurative, constituée du mot NUTRILITE et précédé d'un carré gris et noir, dans lequel est représentée une feuille stylisée. Tout ce qui a été remarqué au sujet du droit invoqué verbal ci-dessus est également applicable *mutatis mutandis* au droit invoqué en cause. Ces considérations concernant le droit verbal invoqué valent d'autant plus pour le droit semi-figuratif invoqué que les différences entre les signes sont renforcées par l'ajout des éléments graphiques.

# Conclusion

45. L'Office estime que l'impression d'ensemble de la marque invoquée et celle du signe contesté ne se ressemblent pas ou du moins pas suffisamment pour qu'il existe un risque de confusion.

# Comparaison des produits et services

- 46. Etant donné que l'Office conclut à l'absence de ressemblance des signes, il ne procèdera 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.
- 47. A titre d'information, la liste des produits et services des droits invoqués et celle du signe contesté sont reprises en annexe de cette décision.

#### B. Autres facteurs

- 48. En ce qui concerne le renvoi de l'opposant à la jurisprudence de l'EUIPO (voir point 14), l'Office rappelle que dans le cadre de la procédure d'opposition, il prend ses décisions sur base de la réglementation en vigueur au Benelux exclusivement. Ni sa propre pratique décisionnelle antérieure, ni celle d'autres instances nationales ou européennes ne lient l'Office (voir OBPI, décision d'opposition ZOE, 2001789, 28 juillet 2009 ; également par analogie : TUE, CURON, T-353/04, 3 mai 2007).
- 49. La procédure d'opposition auprès de l'Office, ne prévoit pas de condamnation de la partie perdante au paiement des frais de la procédure (voir points 15 et 23). L'article 2.16, alinéa 5 CBPI et la règle 1.32, alinéa 3 RE prévoient uniquement qu'un montant équivalant à la taxe de base de l'opposition est à charge de la partie perdante.

Décision opposition 2011394

Page 10 de 16

# C. Conclusion

50. Sur base de ce qui précède, l'Office conclut que, pris en compte le caractère distinctif du droit invoqué, il n'existe pas de ressemblance suffisante entre les signes et que, par conséquent, il ne peut exister de risque de confusion dans l'esprit du public. C'est pourquoi l'Office n'a pas eu à comparer les produits et services, ni apprécier les preuves d'usage. 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, déjà cité, ECLI:EU:T:2010:137).

# IV. CONSÉQUENCE

- 51. L'opposition portant le numéro 2011394 n'est pas justifiée.
- 52. Le dépôt Benelux numéro 1315658 est enregistré.
- 53. 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

Saskia Smits

Pieter Veeze

(rapporteur)

Agent chargé du suivi administratif : Etienne Colsoul

Annexe : Listes des produits et services des droits invoqués et du signe contesté

#### Marque invoquée 1 :

# NUTRILITE

(Marque de l'Union européenne 10297547)

Cl 3 Produits de soins personnels, y compris produits de toilette et produits de soin de la peau non médicinaux, y compris huiles, Lotions, Crèmes, Gels, Encres (toner), Hydratants et Produits nettoyants.

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.

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.

Cl 11 Appareils pour faire du café et du thé.

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.

Cl 29 Plats préparés principalement à base de volaille, Poisson, Fruits de mer, Boeuf, Viande de porc,/ Légumes; En-cas (barres) à base de fruits et/ou de noix enrichis en matières nutritionnelles, vitamines et/ou minéraux.

Cl 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.

Cl 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.

Cl 35 Fourniture d'assistance commerciale et organisationnelle liée à l'établissement et/ou à l'exploitation du marketing à plusieurs niveaux et du marchandisage 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.

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 gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice.

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.

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.

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.

Cl 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.

Cl 45 Organisation et conduite de groupes de soutien dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice.

# Marque invoquée 2 :

#### **NUTRILITE**

(Enregistrement Benelux 409581)

- KI 5 Voedingsadditieven bevattende vitaminen en/of mineralen, proteïne-voedingsadditieven in poedervorm, maaltijdvervangende drankmengsels (voor zover in deze warenklasse begrepen), maaltijdvervangende voedingsrepen, eetbare vezels in tablet-, wafel- of poedervorm.
- Cl 5 Compléments alimentaires contenant des vitamines et/ou minéraux, compléments alimentaires protéiques sous forme de poudre, substituts de repas sous forme de préparations buvables (pour autant que compris dans cette classe), de barres alimentaires, fibres comestibles sous forme de tablettes, gaufres ou poudre.
- KI 29 Soepmengsels, eetbare vruchten- en/of groentevezelprodukten, proteïnepoeder, snackrepen bevattende bewerkte vruchten en/of noten.
- Cl 29 Soupes, produits alimentaires à base de fruits et/ou fibres végétales, poudre de protéines, barres contenant des fruits transformés et/ou des noix.
- KI 30 Suikerbakkerswaren in reepvorm, mengsels voor het bereiden van dessert-mousse, bevroren suikergoed of half-bevroren dranken (voor zover in deze warenklasse begrepen), eetbare graanvezelprodukten.
- Cl 30 Confiserie sous forme de barres, mélanges pour la préparation de mousses, entremets et desserts, de confiserie congelées ou de boissons semi-congelées (pour autant que compris dans cette classe), de produits à base de fibres céréalières alimentaires.
- KI 32 Mengsels voor het bereiden van alcoholvrije dranken verrijkt met vitaminen en/of mineralen.
- Cl 32 Mélanges pour la préparation de boissons non alcoolisées enrichies en vitamines et/ou minéraux.
- (La langue originale de l'enregistrement invoqué est le néerlandais. La traduction en français de la liste des produits a été ajoutée pour augmenter la lisibilité de cette décision.)

# Marque invoquée 3 :

#### NUTRILITE1

(Enregistrement Benelux 601697)

- KI 5 Diëtische voedingssupplementen bevattende vitaminen en/of mineralen, plantenextracten, proteïnepoeder, vetzuren, vezels, algen, animozuren en biologisch actieve culturen.
- Cl 5 Compléments alimentaires diététiques contenant des vitamines et/ou minéraux, herbes, extraits végétaux, poudre de protéines, acides gras, fibres, algues, acides aminés et produits bio-actifs.
- KI 29 Voedingssupplementen al of niet voor diëtisch gebruik, bevattende vitaminen en/of mineralen, kruiden, plantenextracten, vetzuren, vezels, algen, aminozuren en biologisch actieve culturen; repen bevattende bewerkte vruchten en/of noten verrijkt met vitaminen en/of mineralen en proteïnepoeder; creamer in poedervorm, niet op zuivelbasis.
- Cl 29 Compléments alimentaires à des fins diététiques ou non contenant des vitamines et/ou minéraux, herbes, extraits végétaux, acides, fibres, algues, acides aminés et produits bio-actifs; barres contenant des fruits transformés et/ou des noix enrichies en vitamines et/ou minéraux et poudre de protéines ; substitut de lait en poudre à base de produits non lactés.
- KI 30 Voedingssupplementen al of niet voor diëtisch gebruik, bevattende granen, glucosestroop en/of snackrepen bevattende graan, verrijkt met vitaminen en/of mineralen; ontbijtgranen; thee; snacks voor zover niet begrepen in andere klassen; koekjes; gearomatiseerde gepofte maïs; snackrepen bevattende granen al of niet verrijkt met vitaminen en/of mineralen.
- Cl 30 Compléments alimentaires à des fins diététiques ou non contenant graines, sirop de glucose et/ou barres contenant des céréales, enrichies en vitamines et/ou minéraux ; céréales pour le petit déjeuner ; thé ; barres pour autant qu'ils ne sont pas compris en d'autres classes ; biscuits ; maïs soufflé aromatisé; snacks contenant des céréales enrichies ou pas en vitamines et/ou minéraux.
- KI 32 Mengsels voor het bereiden van alcoholvrije vruchtendranken, chocoladedranken, vanilledranken of soortgelijke gearomatiseerde dranken, verrijkt met vitaminen en/of mineralen; nietkoolzuurhoudende vruchten- en/of groentedranken, niet-koolzuurhoudende dranken verrijkt met calcium; dranken voor sporters; mengsels voor het bereiden van dranken.
- Cl 32 Mélanges pour la préparation de boissons aux fruits non alcoolisées, de boissons au chocolat, de boissons à la vanille ou de boissons aromatisées similaires enrichies de vitamines et/ou de minéraux ; boissons aux fruits et/ou légumes non gazeuses, boissons non gazeuses enrichies de calcium; boissons pour sportifs; mélanges pour la préparation de boissons.
- (La langue originale de l'enregistrement invoqué est le néerlandais. La traduction en français de la liste des produits a été ajoutée pour augmenter la lisibilité de cette décision.)

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Ibid.

# Marque invoquée 4 :



(Marque de l'Union européenne 6646087)

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.

Cl 29 En-cas (barres) à base de fruits et/ou de noisettes enrichis en matières nutritionnelles, vitamines et/ou minéraux.

Cl 30 En-cas à base de farine ou céréales enrichis en vitamines et/ou minéraux.

Cl 32 Boissons pour sportifs; Boissons isotoniques et mélanges pour boissons; Mélanges pour préparation de boissons aromatisées non alcooliques.

# Signe contesté :

# NUTRILIFE

(Dépôt Benelux 1315658)

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.

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 médicine humaine contre la constipation; médicaments à usage diététique; pain pour diabétiques ou à usage médico-diététique; produits pharmaceutiques, vétérinaires, substances diététiques à usage médical; gélules et compléments alimentaires à usage cosmétique et diététique; protéine pour l'alimentation humaine; compléments alimentaires à base de légumes frais; compléments alimentaires à base de plantes; compléments alimentaires à base d'herbes potagères fraîches.

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; jus de fruits et jus végétaux pour la cuisine; conserves de poisson; saucisses; jambon; conserves de viande; beurre, boissons lactées où le lait prédomine, crème [produit laitier], crème fouettée, fromages, yaourts, petit- lait, margarine; gélatine pour aliments; mets à base de poisson ou de viande.

Cl 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 [glaces alimentaires].

Cl 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.

Cl 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.

Cl 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 en 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 à la commercialisation en gros de produits pharmaceutiques, de santé ou de compléments nutritionnels.