

COUR DE JUSTICE

**BENELUX**

GERECHTSHOF

~

**TWEEDE KAMER  
DEUXIEME CHAMBRE**

C 2018/3/10

**ARREST**

*Inzake:*

ALTICOR INC.

*Tegen:*

FIDDIAM SA

*Procestaal: Nederlands*

**ARRET**

*En cause :*

ALTICOR INC.

*Contre:*

FIDDIAM SA

*Langue de la procédure : le néerlandais*

**GRIFFIE**

Regentschapsstraat 39  
1000 BRUSSEL  
TEL. (0) 2.519.38.61  
[curia@benelux.be](mailto:curia@benelux.be)

[www.courbeneluxhof.be](http://www.courbeneluxhof.be)

**GREFFE**

39, Rue de la Régence  
1000 BRUXELLES  
TÉL. (0) 2.519.38.61  
[Curia@benelux.be](mailto:Curia@benelux.be)

# COUR DE JUSTICE

## BENELUX

### GERECHTSHOF

*TWEEDE KAMER*

C 2018/3/10

#### Arrest

in de zaak C 2018/3

inzake


de vennootschap naar Amerikaans recht **ALTICOR, INC**,  
gevestigd te Ada, Michigan, Verenigde Staten van Amerika,  
verzoekster,  
hierna te noemen: Alticor,  
advocaat: mr. A. Kooy te Den Haag,

tegen

de vennootschap naar Luxemburgs recht **FIDDIAM SA**,  
gevestigd te Howald, Luxemburg  
verweerster,  
hierna te noemen: Fiddiam,  
advocaat: mr. Olivier Laidebeur te Luxemburg.

#### De procedure voor het Benelux-Gerechtshof

Bij op 8 augustus 2018 bij het Benelux-Gerechtshof – hierna: het hof – ingekomen verzoekschrift, met producties, heeft Alticor het hof verzocht de beslissing van het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom – hierna: het Bureau – van 11 juni 2018, waarbij de door Alticor tegen inschrijving van het

woord-/beeldmerk  (depotnummer 1267187) gerichte oppositie (nummer 2008855) ongegrond is verklaard en besloten is dat het desbetreffende Benelux-depot wordt ingeschreven,

- primair te vernietigen en alsnog te bepalen dat de oppositie gegrond is, dat het Benelux- depot niet wordt ingeschreven en dat Fiddiam de proceskosten van de oppositie verschuldigd is;
- subsidiair de oppositie terug te verwijzen naar het Bureau voor heroverweging en een nieuwe beslissing;

met veroordeling van Fiddiam in de kosten van de beroepsprocedure.

# COUR DE JUSTICE

## BENELUX

### GERECHTSHOF

#### DEUXIÈME CHAMBRE

C 2018/3/10

#### Arrêt

dans l'affaire C 2018/3

En cause

la société de droit américain **ALTICOR, INC**,  
dont le siège est à Ada, Michigan, États-Unis d'Amérique,  
requérante,  
dénommée ci-après : Alticor,  
avocat : Me Me A. Kooy à La Haye,

contre

la société de droit luxembourgeois **FIDDIAM SA**,  
dont le siège est à Howald, Luxembourg  
défenderesse,  
dénommée ci-après : Fiddiam,  
avocat : M<sup>e</sup> Olivier Laidebeur à Luxembourg.

#### La procédure devant la Cour de Justice Benelux

Par requête accompagnée d'annexes, déposée le 8 août 2018 auprès de la Cour de Justice Benelux (ci-après : la Cour), Alticor a demandé à la Cour : en ordre principal, d'annuler la décision de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (ci-après : l'Office) du 11 juin 2018, par laquelle l'opposition (numéro 2008855) introduite par Alticor contre l'enregistrement de la marque verbale/figurative

NutriLife<sup>®</sup>

(numéro de dépôt 1267187) a été déclarée non fondée et il a été décidé d'enregistrer le dépôt Benelux en question,

- et de décider que l'opposition est fondée, que le dépôt Benelux ne sera pas enregistré et que Fiddiam est redevable des frais de la procédure d'opposition,
- en ordre subsidiaire, de renvoyer l'opposition à l'Office en vue d'une révision et d'une nouvelle décision ;

Fiddiam étant condamnée aux frais de la procédure de recours.

Bij verweerschrift, met producties, heeft Fiddiam het verzoek bestreden en gevorderd dat Alticor wordt veroordeeld in de kosten van de procedure en, met toepassing van artikel 4.14 van het Reglement op de procesvoering van het Benelux-Gerechtshof – hierna: het Reglement –, in de kosten die vexatoir zijn veroorzaakt.

Vervolgens heeft Alticor een conclusie van repliek en heeft Fiddiam een conclusie van dupliek ingediend.

Met toepassing van de artikelen 1.30 en 1.51 van het Reglement heeft een mondelinge behandeling plaatsgevonden, waarbij partijen hun standpunten hebben toegelicht. Daarna hebben partijen pleitnotities overgelegd. Eventueel in de pleitnotities opgenomen onderdelen die niet zijn voorgedragen tijdens de mondelinge behandeling laat het hof buiten beschouwing.

De proceduretaal is Nederlands.

### **De feiten en de procedure bij het Bureau**



1. Uit de processtukken en de stellingen van partijen is het volgende gebleken.

1.1. Op 23 april 2013 heeft Fiddiam een Benelux-depot (nr. 1267187) verricht van het woord-

/beeldmerk  – hierna ook: het teken – voor de hierna te vermelden waren en diensten in klassen 3, 5, 29, 30, 31, 32 en 35.

1.2. Het depot is gepubliceerd op 15 mei 2013.

1.3. Op 23 juli 2013 heeft Alticor oppositie ingesteld tegen inschrijving van dit depot voor alle waren en diensten. De oppositie is gebaseerd op de inschrijvingen van de volgende merken – hierna ook: de oudere merken –:

- a. Uniewoord-/beeldmerk  NUTRILITE met registratienummer 6646087, gedeponeed op 6 februari 2008 en ingeschreven op 22 januari 2009 voor de hierna te vermelden waren in klassen 5, 29, 30 en 32 – hierna ook: merk A –;
- b. Uniewoord-/beeldmerk  NUTRILITE met registratienummer 10297547, gedeponeed op 28 september 2011 en ingeschreven op 7 maart 2012 voor de hierna te vermelden waren en diensten in klassen 3, 9, 10, 11, 16, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42, 43, 44 en 45 – hierna ook: merk B –.

1.4. Bij beslissing van 11 juni 2018 heeft het Bureau de oppositie ongegrond geoordeeld en bepaald dat het Benelux-depot wordt ingeschreven. Het Bureau heeft daartoe overwogen

- dat de begripsmatige verschillen tussen de oudere merken en het teken voldoende zijn om de overeenstemming tussen de oudere merken en het teken op visueel en auditief vlak te neutraliseren daar de oudere merken een vaststaande betekenis hebben die het relevante publiek meteen zal begrijpen en die verschilt van de betekenis van het teken;
- dat het wordelement NUTRILITE in de oudere merken beschrijvend is voor de betrokken waren voedingsmiddelen en voedingssupplementen en voor diensten die te maken hebben met het beheersen van het gewicht met behulp van caloriearme voeding en geen onderscheidend vermogen heeft en dat het beeldelement, bestaande uit een door een diagonale streep

Par mémoire en défense, accompagné d'annexes, Fiddiam a contesté la requête et demandé qu'Alticor soit condamnée aux frais de la procédure et, en application de l'article 4.14 du Règlement de procédure de la Cour de Justice Benelux (ci-après : le Règlement), aux frais vexatoires occasionnés.

Alticor a ensuite déposé des conclusions en réplique et Fiddiam des conclusions en duplique.


En application des articles 1.30 et 1.51 du Règlement, une procédure orale a eu lieu, lors de laquelle les parties ont exposé leurs points de vue. Puis les parties ont remis des notes de plaidoirie. La Cour écarte les éléments dans les notes de plaidoirie qui n'auraient pas été présentés lors de la procédure orale.

La langue de la procédure est le néerlandais.

### **Les faits et la procédure devant l'Office**

1. Les faits suivants résultent des actes de procédure et des allégations des parties.

1.1. Le 23 avril 2013, Fiddiam a effectué le dépôt au Benelux (n° 1267187) de la marque

verbale/figurative  – ci-après également appelée le signe – pour les produits et services des classes 3, 5, 29, 30, 31, 32 et 35 mentionnés ci-dessous.

1.2. Le dépôt a été publié le 15 mai 2013.

1.3. Le 23 juillet 2013, Alticor a introduit une opposition contre l'enregistrement de ce dépôt pour tous les produits et services. L'opposition est fondée sur l'enregistrement des marques suivantes – ci-après également dénommées les marques antérieures :

a. Marque verbale/figurative de l'Union européenne

 **NUTRILITE**

avec le numéro d'enregistrement 6646087, déposée le 6 février 2008 et enregistrée le 22 janvier 2009 pour les produits énumérés ci-après dans les classes 5, 29, 30 et 32 – ci-après également dénommée : marque A – ;

b. Marque verbale/figurative de l'Union européenne

 **NUTRILITE**

avec le numéro d'enregistrement 10297547, déposée le 28 septembre 2011 et enregistrée le 7 mars 2012 pour les produits et services énumérés ci-après dans les classes 3, 9, 10, 11, 16, 29, 30, 32, 35, 38, 41, 42, 43, 44 et 45 – ci-après également dénommée : marque B – .

1.4. Par décision du 11 juin 2018, l'Office a estimé que l'opposition n'était pas fondée et a décidé que le dépôt Benelux devait être enregistré. À cette fin, l'Office a considéré

- que les différences conceptuelles entre les marques antérieures et le signe sont suffisantes pour neutraliser la similitude entre les marques antérieures et le signe visuellement et auditivement, puisque les marques antérieures ont une signification établie que le public concerné comprendra immédiatement et qui diffère de la signification du signe ;
- que, dans les marques antérieures, l'élément verbal NUTRILITE est descriptif pour les produits concernés produits et compléments alimentaires et pour les services liés à la gestion du poids par le biais de produits pauvres en calories et est dépourvu de caractère distinctif et que l'élément figuratif, constitué d'un carré scindé en deux par une barre verticale et d'une feuille stylisée, est

- gescheiden vierkant met een gestileerd blad, als het dominerende element wordt waargenomen, terwijl in het teken het element NUTRI beschrijvend is en het element LIFE en het beeldelement, bestaande uit een gestileerde menselijke figuur, als dominerende elementen worden waargenomen;
- dat, rekening houdend met het beschrijvende karakter van het element NUTRILITE van de oudere merken en de begripsmatige verschillen tussen LITE en LIFE, de verschillen tussen de merken en het teken de aandacht meer zullen trekken dan de overeenstemmingen, om welke reden de merken en het teken niet overeenstemmen, althans niet voldoende overeenstemmen om verwarringsgevaar aan te nemen. Het Bureau heeft om die en proceseconomische redenen een vergelijking van de waren en diensten achterwege gelaten.

### **Beoordeling van het verzoek**

2. Op de oppositie is, op grond van artikel IV van het protocol van 16 december 2014 houdende wijziging van het Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (merken en tekeningen of modellen), wat betreft de oppositie en de invoering van een administratieve procedure tot nietigverklaring of vervallenverklaring van merken, artikel 2.14, lid 1, sub a BVIE van toepassing zoals dat luidde voor de inwerkingtreding van dat protocol op 1 juni 2018, nu de oppositie voor 1 juni 2018 is ingediend.

Het toepasselijke artikel 2.14, lid 1, aanhef en sub a, BVIE, luidt:

*“1. De depositant of houder van een ouder merk kan, binnen een termijn van twee maanden, te rekenen vanaf de publicatie van het depot, schriftelijk oppositie instellen bij het Bureau tegen een merk dat:*  
*a. in rangorde na het zijne komt, overeenkomstig de bepalingen in artikel 2.3, sub a en b (...);”*

In het toepasselijke artikel 2.3 BVIE is, voor zover hier relevant, bepaald:

*“Bij de beoordeling van de rangorde van het depot wordt rekening gehouden met de op het tijdstip van het depot bestaande en ten tijde van het geding gehandhaafde rechten op:*  
*a. gelijke, voor dezelfde waren of diensten gedeponeerde merken;*  
*b. gelijke of overeenstemmende, voor dezelfde of soortgelijke waren of diensten gedeponeerde merken, indien bij het publiek verwarring, inhoudende de mogelijkheid van associatie met het oudere merk, kan ontstaan;(...)”*

3. In haar verzoekschrift stelt Alticor ter onderbouwing van haar oppositie dat het teken overeenstemt met haar merken en betrekking heeft op waren en diensten die deels identiek en deels soortgelijk zijn aan de waren en diensten waarvoor haar oudere merken zijn ingeschreven en dat daardoor bij het publiek gevaar voor verwarring bestaat (artikel 2.3, sub b, BVIE). Haar bezwaren in beroep richten zich tegen voormelde oordelen van het Bureau en de daarvoor gegeven motivering, in het bijzonder tegen de oordelen van het Bureau over het onderscheidend vermogen van de woordelen van merken, de kwalificatie van het beeldelement van het teken en de overeenstemmingsvraag.

4. Fiddiam heeft het verzoek bestreden en geconcludeerd tot
- a. niet-ontvankelijkverklaring van Alticor in haar verzoek nu zij artikel 1.15bis BVIE niet als grondslag van haar verzoek heeft genoemd;
  - b. afwijzing van het beroep voor zover Alticor zich voor het eerst in beroep op de in artikel 2.3, sub c BVIE (oud) opgenomen oppositiegrond beroept en
  - c. tot bevestiging van de bestreden beslissing, waartoe zij betwist dat het teken en de oudere merken overeenstemmen, althans zodanig overeenstemmen dat sprake is van verwarringsgevaar.

perçu comme étant l'élément dominant, alors que dans le signe, l'élément NUTRI est descriptif et l'élément LIFE ainsi que l'élément figuratif, constitué d'une figure humaine stylisée, sont perçus comme les éléments dominants ;

- que, compte tenu du caractère descriptif de l'élément NUTRILITE des marques antérieures et des différences conceptuelles entre LITE et LIFE, les différences entre les marques et le signe attireront davantage l'attention que les similitudes, raison pour laquelle les marques et le signe ne sont pas similaires, ou du moins pas suffisamment similaires que pour admettre un risque de confusion. Pour ces raisons ainsi que pour des raisons d'économie procédurale, l'OBPI a négligé d'opérer une comparaison des produits et services.

### **Appréciation de la requête**

2. En vertu de l'article IV du protocole du 16 décembre 2014 portant modification de la convention Benelux en matière de propriété intellectuelle (marques et dessins ou modèles), en ce qui concerne l'opposition et l'instauration d'une procédure administrative de nullité ou de déchéance des marques, l'article 2.14, alinéa 1er, sous a, CBPI est applicable à l'opposition, tel qu'il était libellé avant l'entrée en vigueur dudit protocole le 1<sup>er</sup> juin 2018, l'opposition ayant été introduite avant le 1<sup>er</sup> juin 2018.

L'article 2.14, alinéa 1er, début et sous a, CBPI qui est applicable énonce :

*« 1. Le déposant ou le titulaire d'une marque antérieure peut, dans un délai de deux mois à compter de la publication du dépôt, introduire auprès de l'Office une opposition écrite à une marque qui :*

*a. prend rang après la sienne, conformément aux dispositions de l'article 2.3, sous a et b (...); ».*

L'article 2.3 CBPI applicable dispose, dans ses passages pertinents ici :

*« 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 ;(...). ».*

3. Dans sa requête, Alticor fait valoir à l'appui de son opposition que le signe est similaire à ses marques et qu'il se rapporte à des produits et services qui sont en partie identiques et en partie similaires aux produits et services pour lesquels ses marques antérieures sont enregistrées et qu'il existe donc un risque de confusion dans l'esprit du public (article 2.3, sous b, CBPI). Ses griefs sont dirigés contre les constatations susmentionnées de l'Office et les motifs qui les sous-tendent, en particulier les constatations de l'Office concernant le caractère distinctif des éléments verbaux de marques, la qualification de l'élément figuratif et la question de la similitude.

4. Fiddiam a contesté la requête et a conclu :

- a. à l'irrecevabilité de la requête d'Alticor dès lors qu'elle n'a pas pris l'article 1.15bis CBPI pour fondement de sa requête ;
- b. au rejet du recours dans la mesure où Alticor fait valoir pour la première fois en appel le motif d'opposition visé à l'article 2.3, sous c, CBPI (ancien) et
- c. à la confirmation de la décision attaquée, au motif qu'elle conteste la similitude entre le signe et les marques antérieures, du moins une similitude de nature à faire naître un risque de confusion.

Ad a.

5. Dit verweer faalt omdat het noemen van artikel 1.15bis geen vereiste is voor ontvankelijkheid.

Ad b.

6. Alticor heeft onder meer in (punt 17 van) haar beroepschrift aangeboden bewijs over te leggen om aan te tonen dat de oudere merken een reputatie genieten. Fiddiam heeft daaruit afgeleid dat Alticor hiermee een beroep doet op de in het (huidige) artikel 2.2 ter, lid 2, sub a, BVIE vermelde oppositiegrond, welke bepaling een aanvullende oppositiegrond bevat voor bekende merken. Fiddiam stelt dat Alticor aldus een nieuwe rechtsgrond heeft aangevoerd, die in de bezwaarfase niet is aangevoerd, hetgeen niet kan worden geaccepteerd. Het hof begrijpt echter dat Alticor dit bewijs heeft aangeboden in het kader van haar beroep op de oppositiegrond genoemd in artikel 2.3, sub b BVIE. Tijdens de mondelinge behandeling heeft Alticor desgevraagd bevestigd dat zij niet heeft bedoeld een beroep te doen op de in het huidige artikel 2.2ter, lid 2, sub a. BVIE genoemde oppositiegrond, op welke grond overigens op basis van het in casu toepasselijke BVIE geen oppositie mogelijk is.

Ad c.

*Het relevante publiek, overeenstemming, (soort)gelijkheid waren en/of diensten en verwarringsgevaar in oppositie*

*Het relevante publiek*

7. Bij de beoordeling van de vraag of sprake is van overeenstemming tussen een teken en een ouder merk, van (soort)gelijkheid van waren en/of diensten en van verwarringsgevaar moet worden uitgegaan van de perceptie van het relevante publiek: de gemiddeld geïnformeerde en omzichtigte gewone consument van de betrokken waren en/of diensten.

8. In het kader van een oppositie moet daarbij, voor zover hier relevant, worden gekeken naar het publiek dat gewoonlijk afnemer is van de waren en/of diensten waarvoor het teken is gedeponereerd en het oudere merk is ingeschreven en dus niet naar de waren en diensten waarvoor en de wijze waarop het teken en het oudere merk daadwerkelijk worden gebruikt of in de toekomst (waarschijnlijk) zullen worden gebruikt. In een oppositie moet (anders dan in een inbreukzaak) worden onderzocht of er gevaar voor verwarring met het oudere merk bestaat in alle omstandigheden waarin het teken (HvJEG 12 juni 2008, C-533/06, ECLI:EU:C:2008:339 inz. O2/ Hutchison, ro. 66 en 67) en het merk (HvJEG 15 maart 2007, C-171/06 P, ECLI:EU:C:2007:171 inz. T.I.M.E. Art/ Leclerc, ro. 59) zouden kunnen worden gebruikt.

9. Overigens dient wel rekening gehouden te worden met de omvang van het gebruik van het ingeroepen oudere merk, voor zover daardoor het onderscheidend vermogen van dat merk is toegenomen en voorts met omstandigheden waaronder de in het depot/de inschrijving vermelde waren en diensten *in het algemeen* worden aangeboden en de gevolgen daarvan voor de perceptie en het aandachtniveau van het publiek. In casu heeft Alticor niet voldoende onderbouwd dat het onderscheidend vermogen van haar oudere merk door gebruik is toegenomen.

10. Het hof is van oordeel dat de waren en diensten waarvoor het teken en de oudere merken zijn gedeponereerd, respectievelijk ingeschreven, bestemd zijn voor het grote publiek. Het hof is voorts van oordeel dat dit publiek in de Benelux een basiskennis heeft van de Engelse taal en de betekenis begrijpt van Engelstalige woorden, met name van Engelstalige woorden die worden gebruikt voor consumentenproducten.



Ad a.

5. Ce moyen de défense échoue car la mention de l'article 1.15bis de la CBPI n'est pas une condition de recevabilité.

Ad b.

6. Alticor a proposé entre autres dans (le point 17 de) son recours de produire des preuves pour démontrer que les marques antérieures jouissent d'une renommée. Fiddiam en a déduit qu'Alticor a ainsi invoqué le motif d'opposition mentionné dans l'(actuel) article 2.2ter, alinéa 2, sous a, de la CBPI, qui contient un motif d'opposition supplémentaire pour les marques renommées. Fiddiam soutient qu'Alticor a ainsi invoqué un nouveau fondement juridique, qui n'a pas été invoqué au stade de l'opposition, ce qui ne peut être accepté. Toutefois, la Cour comprend qu'Alticor a présenté cette preuve dans le contexte de son recours au motif d'opposition mentionné à l'article 2.3, sous b, de la CBPI. Lors de la procédure orale, Alticor a confirmé, sur demande, qu'elle n'avait pas l'intention d'invoquer le motif d'opposition mentionné dans l'actuel article 2.2ter, alinéa 2, sous a, de la CBPI, motif pour lequel, soit dit en passant, aucune opposition n'est possible sur la base de la CBPI applicable en l'espèce.

Ad c.

*Le public pertinent, la ressemblance, l'identité ou la similitude des produits et/ou services et le risque de confusion en opposition*

*Le public pertinent*

7. Pour déterminer s'il y a ressemblance entre un signe et une marque antérieure, identité ou similitude des produits et/ou services et risque de confusion, il convient de se fonder sur la perception du public pertinent : le consommateur moyen des produits ou services concernés, normalement informé et raisonnablement attentif.

8. Dans le contexte d'une opposition, il est nécessaire d'examiner, dans la mesure où cela est pertinent en l'espèce, le public qui acquiert habituellement les produits et/ou services pour lesquels le signe est déposé et la marque antérieure enregistrée et donc pas les produits et services pour lesquels ni la manière dont le signe et la marque antérieure sont effectivement utilisés ou seront (probablement) utilisés dans l'avenir. Dans une opposition (à la différence d'une atteinte à la marque), il convient d'examiner si le risque de confusion avec la marque antérieure existe dans toutes les circonstances dans lesquelles le signe (CJCE 12 juin 2008, C-533/06, ECLI:EU:C:2008:339 affaire O2/ Hutchison, points 66 et 67) et la marque (CJCE 15 mars 2007, C-171/06 P, ECLI:EU:C:2007:171 affaire T.I.M.E. Art/ Leclerc, point 59) pourraient être utilisés.

9. Toutefois, il convient de tenir compte de l'étendue de l'usage de la marque antérieure invoquée, dans la mesure où il a renforcé le caractère distinctif de cette marque, ainsi que des circonstances dans lesquelles les produits et services visés dans le dépôt/dans l'enregistrement sont *généralement* proposés et des conséquences qui en découlent pour la perception et le niveau d'attention du public. En l'espèce, Alticor n'a pas suffisamment démontré que le caractère distinctif de sa marque antérieure a été renforcé par l'usage.

10. La Cour est d'avis que les produits et services pour lesquels le signe et les marques antérieures ont été respectivement déposés et enregistrés sont destinés au grand public. En outre, la Cour est d'avis que ce public du Benelux a une connaissance de base de la langue anglaise et comprend le sens des mots anglais, en particulier des mots anglais utilisés pour les produits de consommation.

*Overeenstemming teken en oudere merken?*

11. De (globale) beoordeling van het verwarringsgevaar dient te berusten op de totaalindruk die door het teken en het oudere merk wordt opgeroepen, waarbij onder meer rekening moet worden gehouden met de onderscheidende en dominante bestanddelen.

12. De oudere merken bestaan uit een beeldelement, bestaande uit een blad in een vierkant, en het wordelement NUTRILITE. Dit woord NUTRILITE bestaat uit de elementen NUTRI en LITE. De gemiddelde consument zal het woord NUTRILITE ook aldus ontleden nu de woorden NUTRI en LITE voor hem een concrete betekenis hebben. Het hof is van oordeel dat het element NUTRI als onder meer in de Benelux regelmatig gebruikte afkorting (zoals bijvoorbeeld in het woord Nutri-code) van nutrition, nutritious en/of nutriënt (voeding, voedend en voedingsmiddel) beschrijvend is en dus onderscheidend vermogen mist voor de voedingsmiddelen, dranken en voedingssupplementen waarvoor deze merken in de klassen 29, 30 en 32 en merk A in klasse 5 zijn ingeschreven. Dat geldt ook voor het woord LITE dat een spellingsvariant is van het woord light (licht) en aldus een kenmerk van voedingsmiddelen en dranken kan beschrijven, namelijk de lichte of caloriearme of -vrije aard daarvan. Dat brengt mee dat ook de combinatie van deze woorden, die niet meer is dan de som der delen, beschrijvend is en een zeer gering onderscheidend vermogen heeft voor voormelde waren. Dat geldt ook voor de overige waren en diensten waarvoor merk B is ingeschreven in de klassen 9, 10, 11, 16, 35, 38, 41, 42, 43, 44 en 45, die betrekking hebben op voeding, drank of gewichtscontrole. Voor zover merk B is ingeschreven voor (apparatuur voor het aanbrengen van) persoonlijke verzorgingsproducten, zoals oliën en crèmes in klasse 3 en apparaten in klasse 10, geldt eveneens dat het woord NUTRI beschrijvend is voor een kenmerk van die waren, namelijk dat zij de huid voeden.

13. Het bovenstaande brengt ook mee dat naar het oordeel van het hof de woordencombinatie NUTRILITE een duidelijke en vaststaande betekenis heeft die het relevante publiek meteen zal begrijpen, namelijk als licht/caloriearm of – vrij voedend of voedsel. Alticor stelt dat het woord LITE geen vaste eenduidige betekenis heeft, omdat het behalve de betekenis van licht/laag in calorieën ook nog andere betekenissen heeft zoals lichtgevend, compact of zuinig. Deze stelling doet er niet aan af dat het woord LITE als onderdeel van het woord NUTRILITE voor het relevante publiek slechts de betekenis van licht/caloriearm of –vrij zal hebben, omdat de andere betekenissen niets met voedend of voedsel te maken hebben en het relevante publiek in deze context aan het woord LITE dan ook niet die andere betekenissen zal toekennen.

14. Dat een bestanddeel beschrijvend is en/of een zwak onderscheidend vermogen heeft, is niet zonder meer voldoende om het bij de vergelijkingsvraag te negeren (vergelijk Hof van Justitie EU 19 maart 2015, C-182/14 P, ECLI:EU:C:2015:187 inz. Mega Brands (rov. 32-38) en 19 november 2015, C-190/15 P, ECLI:EU:C:2015:778 inz. SOLID FLOOR). De omstandigheid dat het wordelement van de oudere merken beschrijvend is leidt er wel toe dat het beeldelement, dat zich bovendien voor het wordelement bevindt, het meest bepalend is voor het totaalbeeld van deze merken.

15. Alticor heeft aangeboden om bewijs over te leggen waaruit blijkt dat het merk een reputatie geniet door intensief en langdurig gebruik. Het hof gaat aan dit aanbod voorbij nu van een partij die zich beroept op schriftelijk bewijs mag worden verlangd dat zij dit uit zichzelf in beroep in het geding brengt.<sup>1</sup>

16. Het teken bestaat uit een beeldelement, naar het oordeel van het hof bestaande uit een gestileerd menselijk (juichend of dansend) figuurtje en het wordelement NUTRILIFE. Het woord NUTRILIFE bestaat uit de elementen NUTRI en LIFE. Het element NUTRI is, voor zover het teken is gedeponneerd voor voedingsmiddelen, dranken en voedingssupplementen of voor diensten die daarop betrekking

<sup>1</sup> Vergelijk Hoge Raad der Nederlanden 9 maart 2012, ECLI:NL:HR:2012:BU9204 en 7 april 2015, ECLI:NL:HR:2015:1077.

*Ressemblance entre le signe et les marques antérieures ?*

11. L'appréciation (globale) du risque de confusion doit se fonder sur l'impression générale qui se dégage du signe et de la marque antérieure, en tenant compte, entre autres, des éléments distinctifs et dominants.

12. Les marques antérieures sont constituées d'un élément figuratif, composé d'une feuille dans un carré, et de l'élément verbal NUTRILITE. Ce mot NUTRILITE est constitué des éléments NUTRI et LITE. Le consommateur moyen analysera le mot NUTRILITE de la même manière puisque les mots NUTRI et LITE ont une signification concrète pour lui. La Cour est d'avis que l'élément NUTRI en tant qu'abréviation (comme par exemple dans le mot Nutricode) de nutrition, nutritif et/ou nutriment (alimentation, nourrissant et denrée alimentaire) qui est régulièrement utilisée au Benelux est descriptif et donc dépourvu de caractère distinctif pour les aliments, boissons et compléments alimentaires pour lesquels ces marques sont enregistrées dans les classes 29, 30, 32 et la marque A en classe 5. Il en va de même pour le mot LITE, qui est une variante orthographique du mot light (léger) et qui est donc capable de décrire une caractéristique des aliments et des boissons, à savoir leur caractère léger, hypocalorique ou zéro-calorique. Par conséquent, la combinaison de ces termes, qui n'est pas plus que la somme de leurs parties, est descriptive et a également un caractère distinctif très faible pour les produits susmentionnés. Il en va de même pour les autres produits et services pour lesquels la marque B est enregistrée dans les classes 9, 10, 11, 16, 35, 38, 41, 42, 43 et 44, qui concernent l'alimentation, les boissons ou le contrôle du poids. Dans la mesure où la marque B est enregistrée pour des (appareils servant à appliquer des) produits de soins personnels, tels que des huiles et des crèmes en classe 3 et des appareils en classe 10, le mot NUTRI est également descriptif d'une caractéristique de ces produits, à savoir qu'ils nourrissent la peau.

13. Ce qui précède implique également que, de l'avis de la Cour, le syntagme NUTRILITE a une signification claire et établie que le public concerné comprendra immédiatement, à savoir comme quelque chose de léger/hypocalorique ou de zéro-calorique ou comme un aliment. Alticor affirme que le mot LITE n'a pas de signification fixe et univoque, car en plus de la signification de léger/faible en calories, il a aussi d'autres significations telles que lumineux, compact ou économique. Cette affirmation n'enlève rien au fait que le mot LITE, en tant que partie du mot NUTRILITE, n'aura pour le public concerné que la signification de léger/faible en calories ou exempt de calories, car les autres significations n'ont rien à voir avec l'alimentation ou la nutrition et le public concerné dans ce contexte n'attribuera donc pas ces autres significations au mot LITE.

14. Le fait qu'un élément soit descriptif et/ou ait un faible caractère distinctif ne suffit pas nécessairement pour l'ignorer dans la question de la comparaison (voir Cour de justice UE 19 mars 2015, C-182/14 P, ECLI:EU:C:2015:187 en cause Mega Brands (points 32-38) et 19 novembre 2015, C-190/15 P, ECLI:EU:C:2015:778 en cause SOLID FLOOR). Cependant, le fait que l'élément verbal des marques antérieures soit descriptif signifie que l'élément figuratif, qui se trouve en outre devant l'élément verbal, est celui qui détermine le plus la perception globale de ces marques.

15. Alticor a proposé de fournir la preuve que la marque jouit d'une renommée grâce à un usage intensif et prolongé. La Cour ignore cette proposition puisqu'on est en droit d'exiger d'une partie qui s'appuie sur des preuves écrites qu'elle les verse spontanément à la cause.<sup>1</sup>

16. Le signe est constitué d'un élément figuratif, composé selon la Cour d'une figure humaine stylisée (en liesse ou en train de danser) et de l'élément verbal NUTRILIFE. Le mot NUTRILIFE est constitué des éléments NUTRI et LIFE. L'élément NUTRI, dans la mesure où le signe est déposé pour des denrées alimentaires, des boissons et des compléments alimentaires ou pour des services y

---

<sup>1</sup> Comparez Hoge Raad der Nederlanden 9 mars 2012, ECLI:NL:HR:2012:BU9204 et 7 avril 2015, ECLI:NL:HR:2015:1077.

hebben, beschrijvend. De omstandigheid dat het element NUTRI beschrijvend is voor voormelde waren en diensten brengt mee dat het in zoverre slechts in geringe mate bepalend is voor het totaalbeeld van het teken en dat totaalbeeld vooral wordt bepaald door het beeldelement en het woord LIFE, dat weliswaar een betekenis heeft, namelijk “leven” en aldus ook door de gemiddelde Benelux-consument zal worden begrepen, maar niet beschrijvend is voor de waren en diensten waarvoor het teken is gedeponeerd.

17. Het hof is van oordeel dat er sprake is van een aanzienlijke mate van overeenstemming in auditief opzicht tussen het teken en de oudere merken daar het element NUTRI in beide tekens gelijk is en de elementen LITE en LIFE slechts één letter verschillen.

In visueel opzicht zijn de verschillen tussen het teken en de merken groter dan de overeenkomsten omdat het totaalbeeld in de merken voornamelijk en in het teken voor een groot deel wordt bepaald door de beeldelementen, die in het teken en de merken verschillen. Het hof verwerpt de stelling van Alticor dat het publiek het beeldelement in het teken zal zien als een plant: een s-vormige stengel of tak met blaadjes of blaadjes en een bloemknop. Het hof ziet dat niet en Alticor heeft ook deze stelling ook niet onderbouwd. Het hof kan evenmin de stelling van Alticor dat sprake is van overeenstemming tussen de beeldelementen omdat zij beide een organische vorm hebben, volgen. De beeldelementen zijn immers heel verschillend. Bovendien is het teken geschreven in een bijzonder lettertype, dat aanzienlijk afwijkt van het (blok)lettertype van het merk.

Naar het oordeel van het hof is voorts sprake van een begripsmatig verschil tussen het teken en de oudere merken. Zoals hiervoor overwogen heeft het woord NUTRILITE een duidelijke en vaststaande betekenis die het relevante publiek meteen zal begrijpen, namelijk als licht/caloriearm of – vrij voedend of voedsel. Het teken NUTRILIFE heeft geen duidelijke en vaste betekenis, althans niet de hiervoor vermelde betekenis van NUTRILITE.

18. Het begripsmatige verschil tussen het teken en de oudere merken is naar het oordeel van het hof voldoende om de auditieve (en eventuele visuele) overeenkomsten te neutraliseren. Immers, om aan te nemen dat visuele en/of auditieve overeenkomsten door begripsmatige verschillen worden geneutraliseerd is voldoende dat ten minste het oudere merk of het teken voor het relevante publiek een duidelijke en vaste betekenis heeft die dit publiek onmiddellijk kan begrijpen (vergelijk HvJEU 12 januari 2006, C-361/04, ECLI:EU:C:2006:25 inz. Picasso/Picaro).

19. Daar overeenstemming en (soort)gelijkheid van waren en/of diensten cumulatieve voorwaarden zijn voor het aannemen van verwarringsgevaar (zie HvJEU 2 september 2010, C-254/09 P, ECLI:EU:C:2010:488, Calvin Klein en 23 januari 2014, C-558/12 P, ECLI:EU:C:2014:22, Wesergold) brengt de omstandigheid dat geen sprake is van overeenstemming tussen het teken en de oudere merken mee dat de oppositie al op die grond faalt en een vergelijking van de waren en diensten en de vraag of sprake is van verwarringsgevaar niet aan de orde behoeven te komen.

20. Het hof is overigens van oordeel dat ook indien zou moeten worden aangenomen dat wel sprake is van overeenstemming tussen het teken en de oudere merken, de oppositie zou moeten worden afgewezen omdat deels geen sprake is soortgelijke waren en/of diensten en voor het overige niet kan worden aangenomen dat sprake is van verwarringsgevaar.

Indien er enige (geringe) overeenstemming tussen het teken en de oudere merken zou zijn, moet worden onderzocht of sprake is van (soort)gelijkheid van waren en/of diensten en indien dat het geval is of er, gelet op de overige omstandigheden, sprake is van verwarringsgevaar (vergelijk HvJEU 24 maart 2011, C-552/09, ECLI:EU:C:2011:177 inz. TiMi kinderyoghurt, ro. 66). Niet volstaan kan worden met het oordeel dat teken en merk *onvoldoende* overeenstemmen om tot verwarringsgevaar te kunnen concluderen. Het hof merkt hierbij op dat de vraag naar verwarringsgevaar een andere is dan

afférents, est descriptif. Le fait que l'élément NUTRI soit descriptif des produits et services visés ci-dessus signifie que, dans la mesure où il ne détermine que faiblement l'apparence générale du signe, cette apparence générale est surtout déterminée par l'élément figuratif et le mot LIFE qui, bien qu'il ait un sens, à savoir « vie », et sera donc compris par le consommateur moyen du Benelux, n'est pas descriptif des produits et services pour lesquels le signe est déposé.

17. La Cour est d'avis qu'il existe un degré considérable de similitude auditive entre le signe et les marques antérieures puisque l'élément NUTRI est le même dans les deux signes et que les éléments LITE et LIFE ne diffèrent que d'une lettre.

Sur le plan visuel, les différences entre le signe et les marques sont plus importantes que les similitudes étant donné que l'apparence générale est, essentiellement pour les marques et en grande partie pour le signe, déterminée par les éléments figuratifs qui diffèrent dans le signe et les marques. La Cour rejette l'affirmation d'Alticor selon laquelle le public verra l'élément figuratif du signe comme une plante : une tige en forme de « s » ou une branche avec des feuilles ou des feuilles et un bouton floral. La Cour ne le voit pas et, de plus, Alticor n'a pas étayé cette affirmation. La Cour ne peut pas suivre non plus l'affirmation d'Alticor selon laquelle il est question de similitude entre les éléments figuratifs puisqu'ils auraient tous deux une forme organique. En effet, les éléments figuratifs sont très différents. De plus, le signe est rédigé dans une police d'écriture particulière, qui diffère considérablement de la police d'écriture (bloc) de la marque.

Par ailleurs, la Cour estime qu'il existe une différence conceptuelle entre le signe et les marques antérieures. Comme considéré ci-dessus, le mot NUTRILITE a une signification claire et établie que le public concerné comprendra immédiatement, à savoir comme léger/pauvre en calories ou exempt de calories ou comme un aliment. Le signe NUTRILIFE n'a pas de signification claire et fixe, du moins pas la signification de NUTRILITE mentionnée ci-dessus.

18. Selon la Cour, la différence conceptuelle entre le signe et les marques antérieures est suffisante pour neutraliser les similitudes auditives (et éventuellement visuelles). En effet, pour admettre que les similitudes visuelles et/ou auditives sont neutralisées par des différences conceptuelles, il suffit qu'au moins la marque antérieure ou le signe ait une signification claire et fixe pour le public concerné, que ce dernier peut immédiatement comprendre (voir CJUE 12 janvier 2006, C-361/04, ECLI:EU:C:2006:25 en cause Picasso/Picaro).

19. La ressemblance et l'identité ou la similitude des produits et/ou des services étant des conditions cumulatives pour admettre un risque de confusion (voir CJUE 2 septembre 2010, C-254/09 P, ECLI:EU:C:2010:488, Calvin Klein et 23 janvier 2014, C-558/12 P, ECLI:EU:C:2014:22, Wesergold), l'absence de similitude entre le signe et les marques antérieures signifie que l'opposition échoue déjà pour ce motif et qu'il n'est pas nécessaire de procéder à une comparaison des produits et services et de se demander s'il existe un risque de confusion.

20. En outre, la Cour est d'avis que même s'il faut supposer qu'il existe une similitude entre le signe et les marques antérieures, l'opposition doit être rejetée parce qu'il n'est pas question, en partie, de produits et/ou de services similaires et que, pour le reste, on ne peut pas admettre qu'il existe un risque de confusion.

S'il existe une (légère) similitude quelconque entre le signe et les marques antérieures, il convient d'examiner s'il y a identité ou similitude des produits et/ou des services et, dans l'affirmative, si, compte tenu des autres circonstances, il existe un risque de confusion (comparer CJUE 24 mars 2011, C-552/09, ECLI:EU:C:2011:177 en cause TiMi yaourt pour enfants, point 66). Il ne suffit pas de conclure que la similitude entre le signe et la marque est *insuffisante* pour pouvoir conclure à un risque de confusion. À cet égard, la Cour note que la question du risque de confusion est différente de la

de overeenstemmingsvraag en dat er in het algemeen geen, althans niet snel sprake zal zijn van *verwarringsgevaar* indien het overeenstemmende element van merk en teken beschrijvend is en de overige elementen van merk en teken afwijken.<sup>2</sup>

*Soortgelijke waren en/of diensten?*

21. Bij de beoordeling van de (soort)gelijkheid van de betrokken waren en diensten moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren die betrekking hebben op de verhouding tussen de waren en diensten waarvoor het teken is gedeponeerd en waarvoor het oudere merk is ingeschreven, zoals de aard, de bestemming en gebruik (in het algemeen) en het concurrerende dan wel complementaire karakter ervan. Het gaat erom of tussen de te beoordelen diensten zodanige punten van verwantschap bestaan dat, met inachtneming van de bestaande handelsgebruiken, te verwachten valt dat het in aanmerking komende publiek aan die soort waren of diensten dezelfde herkomst zou kunnen toekennen. Van dezelfde waren of diensten zal in beginsel ook sprake zijn indien het teken is gedeponeerd voor waren of diensten die vallen binnen een ruimere aanduiding van waren en diensten waarvoor het merk is ingeschreven.

22. Het teken is gedeponeerd voor de hieronder aan de linkerzijde vermelde waren en diensten; de oudere merken voor de aan de rechterzijde vermelde waren en diensten:

<p>Kl 3 Bleekmiddelen en andere wasmiddelen; Reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen; Zepen; Parfumerieën, etherische oliën, cosmetische middelen, haarlotions; Tandpasta; Cosmetische middelen, massageoliën, massagecrème, massagelotions; Lichaams- en gezichtssprays; Voedingcapsules en voedingssupplementen voor cosmetisch en diëtisch gebruik.</p>	<p><b>Uniemerk 10297547</b> Kl 3 Producten voor de persoonlijke verzorging, waaronder niet-medicinale toiletverzorgingsproducten en huidverzorgingsproducten, waaronder oliën, Lotions, Crèmes, Gels, Vitaliseermiddelen, Vochtinbrengende middelen en Reinigingsmiddelen.</p>
<p>Kl 5 Farmaceutische en diergeneeskundige producten; Hygiënische producten voor medisch gebruik; Diëtische substanties voor medisch gebruik, voedingsmiddelen voor baby's; Pleisters, verbandmiddelen; Tandvulmiddelen en afdruk materiaal voor tandartsen; Desinfectiemiddelen; Middelen ter verdelging van ongedierte; Schimmeldodende en onkruidverdelgende middelen; Dieetdranken voor medisch gebruik; Digestieven voor farmaceutisch gebruik; Afslankthee voor medische doeleinden; Medicinale thee; Dieetthee voor medisch gebruik; Chemisch-farmaceutische producten; Chemische preparaten voor medische of voor dieetdoeleinden; Voedingssupplementen voor medisch gebruik; Geneesmiddelen voor menselijk</p>	<p><b>Uniemerk 6646087</b> Kl 5 Diëtische supplementen en voedselsupplementen; Dieet- en/of voedingssupplementen bestaande uit vitamines en/of mineralen; Geleiachtige voedingssupplementen voor maaltijdvervanging; Snackrepen voor gebruik als maaltijdvervanger voor zover begrepen in deze klasse; Maaltijdvervangende dranken in vloeibare en poedervorm voor zover begrepen in deze klasse; Energiedranken met diëtische supplementen; Proteïnedrankjes met verhoogde voedingswaarde; Eiwitpoeder voor gebruik als voedingssupplement.</p>

<sup>2</sup> Vergelijk CP 5 (Gemeenschappelijke mededeling over de gemeenschappelijke praktijk van de relatieve weigeringsgronden- gevaar voor verwarring) van de merkenbureaus in de EU, doelstelling 4.

question de la ressemblance et qu'en général, il n'y aura pas, ou du moins pas rapidement, de *risque de confusion* si l'élément ressemblant de la marque et du signe est descriptif et si les autres éléments de la marque et du signe divergent.<sup>2</sup>

*Produits et/ou services similaires ?*

21. Pour apprécier l'identité ou la similitude des produits en question, il convient de tenir compte de tous les facteurs pertinents relatifs à la relation entre les produits ou services pour lesquels le signe est déposé et ceux pour lesquels la marque antérieure est enregistrée, tels que leur nature, leur destination et leur mode d'utilisation (en général) et leur caractère concurrent ou complémentaire. La question est de savoir s'il existe des similitudes entre les produits à évaluer telles que, compte tenu des pratiques commerciales existantes, il est probable que le public concerné serait en mesure d'attribuer la même origine à ce type de produits ou services. Les produits ou services seront, en principe, identiques également si le signe est déposé pour des produits ou services couverts par une désignation plus large des services pour lesquels la marque est enregistrée.

22. Le signe a été déposé pour les produits et services mentionnés ci-dessous à gauche ; les marques antérieures pour les produits et services mentionnés à droite :

<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 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><b>Marque de l'Union européenne 10297547</b> Cl 3 Produits de soins personnels, y compris produits de toilette et produits de soin de la peau non médicinaux, dont huiles, Lotions, Crèmes, Gels, Produits tonifiants, Produits hydratants et nettoyants.</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</p>	<p><b>Marque de l'Union européenne 6646087</b> 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) ; Boissons protéinées enrichies d'un point de vue nutritionnel ; Poudres protéinées utilisées comme compléments nutritionnels.</p>

<sup>2</sup> Comparez CC 5 (Communication commune sur la pratique commune des motifs relatifs de refus – Risque de confusion) des offices des marques de l'UE, objectif 4.

<p>gebruik tegen constipatie; Medicijnen voor diëtische doeleinden; Brood voor diabetici of voor medisch-diëtisch gebruik; Farmaceutische, diergeneeskundige producten, diëtische substanties voor medisch gebruik.</p>	
	<p><b>Uniemark 10297547</b>          Kl 9 Hardware, software en computerrandapparatuur voor gebruik bij gewichtscontrole, te weten voor het volgen van eetdagboeken, activiteitenplanners, menuplanners, calorieëntellers, receptenberekeningen en software voor het volgen van resultaten; Digitale materialen, Te weten, Cd's, Dvd's, Downloadbare bestanden met informatie over gewichtsverlies, gewichtscontrole, voeding en lichaamsbeweging; Applicatiesoftware voor mobiele telefoons, te weten software voor gebruik bij gewichtscontrole; Elektronische agenda's of dagboeken, elektronische sensoren voor het meten van de bewegingen van het menselijk lichaam, keukenweegschalen en personenweegschalen.</p>
	<p><b>Uniemark 10297547</b>          Kl 10 Diagnostische sets voor het beoordelen van genetische factoren, biomarkers en gezondheidsrisico's in samenhang met programma's voor gewichtscontrole, medische apparatuur voor het plaatselijk aanbrengen van huidverzorgingsproducten.</p>
	<p><b>Uniemark 10297547</b>          Kl 11 Koffie- en theezetapparaten en -toestellen.</p>
	<p><b>Uniemark 10297547</b>          Kl 16 Agenda's en dagboeken, Kalenders, Ordners, Periodieke publicaties en brochures op het gebied van gewichtscontrole, voeding en lichaamsbeweging; Gedrukt opleidings- en onderwijsmateriaal en handboeken op het gebied van gewichtscontrole, voeding en lichaamsbeweging.</p>
<p>Kl 29 Vlees, vis, gevogelte en wild; Vleesextracten; Geconserveerde, gedroogde en gekookte vruchten en groenten; Geleien, jams, compote; Eieren, melk en</p>	<p><b>Uniemark 6646087</b>          Kl 29 Snackrepen met verhoogde voedingswaarde op basis van bewerkte vruchten en/of noten</p>



vétérinaires, substances diététiques à usage médical.	
	<p><b>Marque de l'Union européenne 10297547</b>            Cl 9 Matériel informatique, logiciels et périphériques d'ordinateur pour programmes de gestion du poids, à savoir logiciels pour le 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 ou journaux électroniques, capteurs électroniques pour mesurer les mouvements du corps humain, balances pour peser les aliments et pèse-personnes.</p>
	<p><b>Marque de l'Union européenne 10297547</b>            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 locale de produits topiques de soin de la peau.</p>
	<p><b>Marque de l'Union européenne 10297547</b>            Cl 11 Appareils pour faire du café et du thé.</p>
	<p><b>Marque de l'Union européenne 10297547</b>            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.</p>
Cl 29 Viande, poisson, volaille et gibier ; Extraits de viande ; Fruits et légumes conservés, séchés et cuits ; Gelées, confitures, compotes ;	<p><b>Marque de l'Union européenne 6646087</b>            Cl 29 En-cas (barres) à base de fruits</p>

<p>melkproducten; Eetbare oliën en vetten; Bouillon, bouillonpreparaten, geconcentreerde bouillonpreparaten; Soepen; Groentesoepen; Appelcompote; Marmelades; Vruchtenconserven, vruchtensalades, groentesalades; Vruchten en groentesappen voor gebruik in de keuken; Visconserven; Worst; Ham; Vleesconserven; Boter, melkdranken waarin melk het hoofdbestanddeel is, room (melkproducten), slagroom, kaas, yoghurt, melkwei, margarine; Proteïne voor menselijke consumptie; Gelatine voor voedingsdoeleinden; Gerechten op basis van vis of vlees.</p>	<p>versterkt met vitaminen en/of mineralen.</p> <p><b>Uniemark 10297547</b> Kl 29 Kant-en-klare maaltijden hoofdzakelijk bestaande uit gevogelte, Vis, Zeevruchten, Rundvlees, Varkensvlees,/ Groenten; Snacks met verhoogde voedingswaarde op basis van bewerkte vruchten en/of noten versterkt met vitaminen en/of mineralen.</p>
<p>Kl 30 Koffie, thee, cacao, suiker, rijst, tapioca, sago, koffiesurrogaten; Meel en graanpreparaten, brood, banketbakkers- en suikerbakkerswaren, consumptie-ijs; Honing, melasse, siroop; Gist, rijsmiddelen; Zout, mosterd, azijn, kruidensausen; Specerijen; IJs, consumptie-ijs; Deegwaren; Poeders voor de bereiding van consumptie-ijs; Beschuit; Biscuits; Koekjes; Aromaten, anders dan etherische oliën, voor dranken; Dranken op basis van cacao; Dranken op basis van koffie; Dranken op basis van chocolade; Dranken op basis van thee; Cacaoproducten; Plantaardige preparaten als vervangingsmiddel van koffie; Karamels (snoep); Roomijs; Essences voor voedingsdoeleinden, uitgezonderd etherische essences en essentiële oliën, waaronder gedroogde essences; Gerechten op basis van meel; Belegde broodjes; Taarten; Aromaten, anders dan etherische oliën, voor taarten; Bindmiddelen voor consumptie-ijs; Kruidenaftreksels, niet voor medisch gebruik; Mayonaise; Muesli; Noedels ; Pizza's; Pralines; Slasausen; Suikergoed; Vlaaien; Yoghurtijs.</p>	<p><b>Uniemark 6646087</b> Kl 30 Snackrepen op basis van meel of graan versterkt met vitaminen en/of mineralen.</p> <p><b>Uniemark 10297547</b> Kl 30 Kant-en-klare maaltijden voornamelijk bestaande uit deegwaren, Rijst, of Granen; Snacks op basis van maissiropen en/of meel of granen verrijkt met vitaminen en/of mineralen; Met voedingsstoffen verrijkte koekjes: Koffie; Thee.</p>
<p>Kl 31 Land-, tuin- en bosbouwproducten en zaden (voor zover niet begrepen in andere klassen); Levende dieren; Vers fruit en verse groenten; Zaaizaden en levende planten en bloemen; Voedingsmiddelen voor dieren; Mout; Bomen; Struiken; Tuinkruiden, vers; Planten; Wortels voor dierlijke consumptie; Boomstammen; voedingssupplementen op basis van verse groenten; Voedingsmiddelen op basis van planten; Voedingssupplementen op basis van verse tuinkruiden.</p>	

<p>Œufs, lait et produits laitiers ; Huiles et graisses comestibles ; Bouillons, préparations pour faire des bouillons, bouillons concentrés ; Potages ; Juliennes [potages] ;</p> <p>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 [produits laitiers], crème fouettée, fromages, yaourts, petit-lait, margarine ; Protéines destinées à la consommation humaine, Gélatine pour aliments ; Mets à base de poisson ou de viande.</p>	<p>et/ou de noisettes enrichis en matières nutritionnelles, vitamines et/ou minéraux.</p> <p><b>Marque de l'Union européenne</b> <b>10297547</b></p> <p>Cl 29 Plats préparés principalement à base de volaille, Poisson, Fruits de mer, Bœuf, Viande de porc, Légumes ; En-cas (barres) à valeur nutritionnelle élevée à base de fruits et/ou de noix enrichis en matières nutritionnelles, vitamines et/ou minéraux.</p>
<p>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 à base 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 ; Sucrieries ; Confiserie ; Tartes ; yaourt glacé [glaces alimentaires].</p>	<p><b>Marque de l'Union européenne</b> <b>6646087</b></p> <p>Cl 30 En-cas à base de farine ou céréales enrichis en vitamines et/ou minéraux.</p> <p><b>Marque de l'Union européenne</b> <b>10297547</b></p> <p>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.</p>
<p>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 ; Compléments alimentaires à base de légumes frais ; Compléments alimentaires à base de plantes ; Compléments alimentaires à base d'herbes potagères fraîches.</p>	

<p>Kl 32 Bier; Minerale en gaseuze wateren en andere alcoholvrije dranken; Vruchtendranken en vruchtensappen; Siropen en andere preparaten voor de bereiding van dranken.</p>	<p><b>Uniemark 6646087</b> Kl 32 Sportdranken; Isotone dranken en drankmengsels; Mengsels voor gebruik bij de bereiding van alcoholvrije gearomatiseerde dranken.</p> <p><b>Uniemark 10297547</b> Kl 32 Sportdranken; Isotone dranken en drankmengsels; Vruchtendranken en vruchtensappen; Preparaten voor de bereiding van water met smaakstoffen of alcoholvrije dranken; Gearomatiseerde dranken op basis van vruchten, eiwitten, likeur, suiker en andere vloeibare nutriënten, te weten eiwitdranken voor gebruik als vulmiddel voor levensmiddelen en niet voor gebruik als maaltijdvervanger; Vitamineshots voor schoonheidsdoeleinden.</p>
<p>Kl 35 Publiciteit; Diensten op het gebied van bedrijfsvoering; Zakelijke administratie; Administratieve diensten; Abonnering op kranten; Hulp bij de leiding van zaken; Bedrijfsorganisatorische en - bestuurlijke advisering; Advisering inzake bedrijfsvoering; Zakelijke expertises; Informatie over zaken; Inlichtingen over zaken; Diensten van agentschappen voor handelsinlichtingen; Diensten van reclamebureaus; Verspreiding van reclameboodschappen; Verspreiding van monsters; Verspreiding van reclamemateriaal (vlugschriften, prospectussen, drukwerken, dagbladen, monsters); Verhuur van advertentieruimte; Verhuur van reclametijd op alle communicatiemiddelen; Publiceren van reclameteksten; Samenstellen van reamedrukwerk; Bijhouden van reamedocumentatie; Reclame [on-line] op een computernetwerk; Publiciteit per post; Verkoop promotie [voor derden]; Reproductie van documenten; Beheer van gegevensbestanden; Het opzoeken van informatie in gegevensbestanden; Administratief beheer van uitgeverijen; De presentatie van farmaceutische, gezondheids- of voedingsproducten op om het even welk communicatiemiddel voor de kleinhandel; Kleinhandels- en groothandelsverkoop- ondersteunende diensten voor farmaceutische producten, gezondheidssupplementen en voedingssupplementen.</p>	<p><b>Uniemark 10297547</b> Kl 35 Levering van zakelijke en organisatorische assistentie in verband met de opzet en/of uitvoering van marketingactiviteiten op meerdere niveaus en het op de markt brengen van afvalprogramma's; Reclame, Marketing en promotie op het gebied van gewichtscontrole, voeding en lichaamsbeweging; Het organiseren van productdemonstraties op het gebied van gewichtscontrole, voeding en lichaamsbeweging; Diensten op het gebied van de detailverkoop, te weten producten en diensten op het gebied van gewichtscontrole, voeding en lichaamsbeweging; On-linedetailhandel, te weten producten en diensten op het gebied van gewichtscontrole, voeding en lichaamsbeweging; Diensten verband houdend met het belonen van consumenten, te weten verschaffing van een aanmoedigings- of beloningsprogramma waarbij punten worden toegekend voor gedane aankopen die kunnen worden ingewisseld in geval van extra aankopen of voordelen.</p>

<p>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.</p>	<p><b>Marque de l'Union européenne</b> <b>6646087</b> Cl 32 Boissons pour sportifs ; Boissons isotoniques et mélanges pour boissons ; Mélanges pour préparation de boissons aromatisées non alcoolisées.</p> <p><b>Marque de l'Union européenne</b> <b>10297547</b> 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.</p>
<p>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.</p>	<p><b>Marque de l'Union européenne</b> <b>10297547</b> Cl 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><b>Uniemerk 10297547</b>          Kl 38 Verschaffing van onlinechatrooms en elektronische onlinebulletinboards voor het verzenden van berichten tussen computergebruikers op het gebied van gewichtscntrole, voeding en lichaamsbeweging.</p>
	<p><b>Uniemerk 10297547</b>          Kl 41 Onderwijs en opleidingen, te weten het houden van seminars, lezingen, workshops en/of individuele instructie op het gebied van gewichtscntrole, voeding en lichaamsbeweging en het verspreiden van daarmee verband houdend cursusmateriaal; Verschaffing van een website met informatie over onderwijs en opleidingen op het gebied van gewichtscntrole, voeding en lichaamsbeweging; Aanmoedigingsacties, wedstrijden en uitdagingen voor het belonen van actiedeelnemers die bewegen, gezond eten en deelnemen aan andere activiteiten voor bevordering van een goede gezondheid; Verschaffing van een website met informatie over fitness- en trainingsprogramma's</p>
	<p><b>Uniemerk 10297547</b>          Kl 42 Onderzoek en ontwikkeling van nieuwe producten voor derden op het gebied van gewichtscntrole; Hosting van een website voor onlinegemeenschappen met gedeelde communicatie tussen gemeenschapsleden die meedoen aan een programma voor gewichtscntrole.</p>
	<p><b>Uniemerk 10297547</b>          Kl 43 Voedselbereiding, thuisbezorging van maaltijden en bereiding van afhaalgerechten; Verschaffing van een database op het gebied van recepten, koken en de bereiding van voedsel en dranken; Het verstrekken van online-informatie op het gebied van recepten, koken en de bereiding van voedsel en dranken; Verschaffing van een website waarop gebruikers recepten kunnen delen, waarderingen, beoordelingen en aanbevelingen kunnen plaatsen met betrekking tot recepten, koken en de bereiding van voedsel en dranken.</p>

	<p><b>Marque de l'Union européenne 10297547</b></p> <p>Cl 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.</p>
	<p><b>Marque de l'Union européenne 10297547</b></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.</p>
	<p><b>Marque de l'Union européenne 10297547</b></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.</p>
	<p><b>Marque de l'Union européenne 10297547</b></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</p>

	<p><b>Uniemark 10297547</b>          Kl 44 Diensten verband houdend met gewichtscontrole, te weten verscaffing van programma's voor gewichtsverlies en/of gewichtscontrole, waaronder ondersteunend materiaal, diensten van diëtisten, begeleiding, vragenlijsten en quizen voor zelfevaluatie, en het verstrekken van advies en informatie op het gebied van gewichtscontrole, voeding en lichaamsbeweging; Het testen van de gezondheid, te weten het uitvoeren van genetische tests, het testen van biomarkers en het beoordelen van de levensstijl in samenhang met afvalprogramma's; Raadgeving op het gebied van gewichtscontrole, voeding en lichaamsbeweging; Informatie op het gebied van gewichtscontrole, voeding en lichaamsbeweging door middel van een wereldwijd computernetwerk; Verschaffing van een interactieve website met informatie en verbindingen met betrekking tot gezond leven en gewichtsverlies; Diensten van oefenphysiologen, geregistreerde diëtisten, wellness coaches en/of persoonlijke trainers in samenhang met afvalprogramma's; Verschaffing van onlinemededelingenbladen met informatie op het gebied van gewichtsbeheersing.</p>
	<p><b>Uniemark 10297547</b>          Kl 45 Het organiseren en uitvoeren van ondersteuningsgroepen op het gebied van gewichtsbeheersing, voeding en lichaamsbeweging.</p>

23. Merken A en B zijn ingeschreven voor, kort gezegd, voedingswaren, dranken en voedingssupplementen. Merk B is daarnaast ook ingeschreven voor (andere) waren en diensten die betrekking hebben op voeding, gewichtscontrole en lichaamsbeweging en voor (apparaten voor het aanbrengen van) persoonlijke verzorgingsproducten (in klassen 3 en 10). Naar het oordeel van het hof is er in ieder geval geen sprake van soortgelijkheid tussen de waren en diensten waarvoor (een van de) de oudere merken (is) zijn ingeschreven en de volgende waren en diensten waarvoor het teken is gedeponeerd:

- bleekmiddelen en andere wasmiddelen, reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen in klasse 3;
- pleisters, verbandmiddelen, tandvulmiddelen en afdruk materiaal voor tandartsen en desinfectiemiddelen en middelen ter verdelgung van ongedierte; schimmeldodende en onkruidverdelgende middelen, farmaceutische diergeneeskundige producten in klasse 5,



	<p>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.</p>
	<p><b>Marque de l'Union européenne 10297547</b> 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.</p>
	<p><b>Marque de l'Union européenne 10297547</b> Cl 45 Organisation et conduite de groupes de soutien dans le domaine de la gestion du poids, de la nutrition et de l'exercice.</p>

23. En résumé, les marques A et B sont enregistrées pour les denrées alimentaires, les boissons et les compléments alimentaires. La marque B est également enregistrée pour des (autres) produits et services dans les domaines de la nutrition, de la gestion du poids et de l'exercice et pour des (appareils servant à appliquer) produits de soins personnels (dans les classes 3 et 10). Selon la Cour, il n'y a en tout cas aucune similitude entre les produits pour lesquels (une de) ces marques antérieures (est) sont enregistrée(s) et les produits et services suivants pour lesquels le signe est déposé :

- Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver ; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser dans la classe 3 ;
- Emplâtres, pansements, matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires,

- Land-, tuin- en bosbouwproducten en zaden (voor zover niet begrepen in andere klassen), levende dieren, zaaizaden en levende planten en bloemen; voedingsmiddelen voor dieren, mout, bomen, struiken, planten; wortels voor dierlijke consumptie en boomstammen in klasse 31.

Al deze waren zijn immers niet voor menselijke consumptie of persoonlijke verzorging van (de huid van) de mens bestemd en niet complementair of concurrerend aan voeding, drank of voedingssupplementen of persoonlijke verzorgingsproducten. Het relevante publiek zal daaraan niet dezelfde herkomst toekennen, ook al worden zij soms verkocht in dezelfde winkels.

Voorts is geen sprake van soortgelijke waren of diensten, voor zover de het teken is gedeponeerd voor waren en diensten die geen betrekking hebben op voeding, dranken, voedingssupplementen of persoonlijke verzorgingsproducten, bestemd voor menselijke consumptie of persoonlijke verzorging.

24. Voor zover geen sprake is van (soort)gelijkheid van waren en diensten waarvoor het teken is gedeponeerd en enig ouder merk is ingeschreven kan geen verwarringsgevaar worden aangenomen daar overeenstemming en (soort)gelijkheid van waren en/of diensten cumulatieve voorwaarden zijn voor het aannemen van verwarringsgevaar (zie HvJEU 2 september 2010, C-254/09 P, ECLI:EU:C:2010:488, Calvin Klein en 23 januari 2014, C-558/12 P, ECLI:EU:C:2014:22, Wesergold). Al om die reden dient de oppositie in zoverre te worden afgewezen.

25. Voor zover de overige waren en diensten waarvoor het teken is gedeponeerd identiek of soortgelijk zijn aan waren of diensten waarvoor (een van) de oudere merken (is) zijn ingeschreven, rijst de vraag of sprake zou zijn van verwarringsgevaar.

*Verwarringsgevaar tussen het teken en het oudere merk?*

26. Bij de beoordeling van de vraag of een teken en een ouder merk zodanig overeenstemmen dat daardoor bij het in aanmerking komende publiek van de desbetreffende waren en/of diensten directe of indirecte verwarring kan ontstaan, moet in aanmerking worden genomen dat het verwarringsgevaar globaal dient te worden beoordeeld volgens de algemene indruk die het teken en het (oudere) merk bij de gemiddelde consument van de betrokken waren en/of diensten, in casu het grote publiek, achterlaten, met inachtneming van de relevante omstandigheden van het geval, zoals de onderlinge samenhang tussen de overeenstemming van het teken en het merk en de soortgelijkheid van de betrokken diensten en het onderscheidend vermogen van het oudere merk. Er dient sprake te zijn van reëel verwarringsgevaar. Wanneer het teken en het oudere merk elementen zonder onderscheidend vermogen delen, zal de beoordeling van het verwarringsgevaar gericht zijn op de invloed van de niet-overeenstemmende elementen op de algemene indruk van het teken en het merk. Wanneer er alleen overeenstemming is in de niet-onderscheidende elementen van het teken en het merk en tevens sprake is andere (wel onderscheidende) afwijkende elementen in het teken en het oudere merk zal er in beginsel geen sprake van verwarringsgevaar zijn.

27. Het totaalbeeld van de merken wordt, voor zover deze merken zijn ingeschreven voor voedingswaren, dranken, voedingssupplementen en diensten die te maken hebben met voeding en gewichtsbeheersing (hetgeen geldt voor alle waren en diensten behalve waren in klasse 3 en 10), voornamelijk bepaald door het beeldelement omdat het wordelement beschrijvend is. Dit geldt ook voor zover merk B is ingeschreven in klasse 3 en 10 voor (apparaten voor het aanbrengen van) persoonlijke verzorgingsproducten voor de mens, in zoverre dat het element NUTRI beschrijvend is.

28. De waren en diensten waarvoor het teken is gedeponeerd, die niet soortgelijk zijn aan de waren en diensten waarvoor deze merken zijn ingeschreven buiten beschouwing latend, is het teken, voor zover

- désinfectants les produits pour la destruction des animaux nuisibles ; fongicides et herbicides, produits pharmaceutiques vétérinaires de la classe 5,
- Produits agricoles, horticoles ou forestiers et graines (non compris dans d'autres classes), animaux vivants, semences et plantes et fleurs naturelles ; aliments pour animaux, malt, arbres, arbustes, plantes ; racines alimentaires et troncs d'arbres de la classe 31 ;

En effet, tous ces produits ne sont pas destinés à la consommation humaine ou aux soins (de la peau) humaine et ne sont pas complémentaires ou concurrents des aliments, des boissons, des compléments alimentaires ou des produits de soins personnels. Le public concerné ne leur attribuera pas la même origine, même s'ils sont parfois vendus dans les mêmes magasins.

Par ailleurs, il n'est pas question de produits ou services similaires, dans la mesure où le signe est enregistré pour des produits ou services qui ne sont pas liés aux aliments, aux boissons, aux compléments alimentaires ou aux produits de soins personnels destinés à la consommation humaine ou aux soins personnels.

24. Dans la mesure où il n'y a pas d'identité ou de similitude entre les produits et services pour lesquels le signe a été déposé et une quelconque marque antérieure, aucun risque de confusion ne peut être admis car la ressemblance et l'identité ou la similitude entre les produits et/ou services sont des conditions cumulatives pour admettre un risque de confusion (voir CJUE 2 septembre 2010, C-254/09 P, ECLI:EU:C:2010:488, Calvin Klein et 23 janvier 2014, C-558/12 P, ECLI:EU:C:2014:22, Wesergold). L'opposition doit être rejetée déjà pour ce motif.

25. Dans la mesure où les autres produits et services pour lesquels le signe a été déposé sont identiques ou similaires aux produits ou services pour lesquels une ou plusieurs des marques antérieures sont enregistrées, la question se pose de savoir s'il existe un risque de confusion.

#### *Risque de confusion entre le signe et la marque antérieure ?*

26. Pour apprécier si un signe et une marque (antérieure) sont similaires au point de créer un risque de confusion directe ou indirecte chez le public concerné des produits et/ou services en question – lequel se définit comme le risque que le public peut penser que les produits ou services concernés proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises économiquement liées, il convient de tenir compte du fait que le risque de confusion doit être apprécié globalement sur la base de l'impression d'ensemble que le signe et la marque (antérieure) produisent sur le consommateur moyen des produits et/ou services en question, en l'espèce, le grand public, compte tenu des circonstances pertinentes de l'espèce, telles que l'interdépendance entre la similitude du signe et de la marque et la similitude des services en question et le caractère distinctif de la marque (antérieure). Il doit y avoir un risque réel de confusion. Lorsque le signe et la marque antérieure partagent des éléments dépourvus de caractère distinctif, l'appréciation du risque de confusion portera sur l'influence des éléments non concordants sur l'impression générale produite par le signe et la marque. Si la similitude n'existe qu'entre les éléments non distinctifs du signe et de la marque et s'il existe également d'autres éléments (distinctifs) différents dans le signe et la marque antérieure, il n'y aura en principe pas de risque de confusion.

27. L'aspect général des marques, dans la mesure où ces marques sont enregistrées pour des produits alimentaires, des boissons, des compléments alimentaires et des services liés à la nutrition et à la gestion du poids (ce qui vaut pour tous les produits et services à l'exception des produits de la classe 3), est principalement déterminé par l'élément figuratif car l'élément verbal est descriptif. Ceci s'applique également dans la mesure où la marque B est enregistrée dans les classes 3 et 10 pour des (appareils servant à appliquer) produits de soins personnels humains, l'élément NUTRI étant descriptif.

28. Si l'on fait abstraction des produits et services pour lesquels le signe est déposé, qui ne sont pas

relevant voor de vraag naar verwarringsgevaar, eveneens slechts gedeponereerd voor voedingsmiddelen, dranken, voedingssupplementen, persoonlijke verzorgingsproducten en diensten die daarop betrekking hebben. Daarvan uitgaande is in het teken het woordelement NUTRI beschrijvend en wordt het totaalbeeld vooral bepaald door het beeldelement en het woordelement LIFE.

29. Daar het overeenstemmende element NUTRI in het teken en de oudere merken beschrijvend is, kan er naar het oordeel van het hof alleen verwarringsgevaar worden aangenomen indien de overige elementen van merk en teken ook voldoende overeenstemmen. Daar de elementen LIFE (in het teken) en LITE (in de merken) een verschillende betekenis hebben en daardoor in begripsmatig opzicht zodanig verschillen dat de visuele en auditieve overeenstemming wordt geneutraliseerd en het teken en de merken in visueel opzicht verschillen als hiervoor omschreven, kan naar het oordeel van het hof, niet worden aangenomen dat sprake is van reëel direct of indirect verwarringsgevaar tussen het teken en de oudere merken.

30. Het hof is derhalve van oordeel dat de oppositie terecht is afgewezen. De verzoeken in beroep moeten dus worden afgewezen. Hieraan kunnen beslissingen in andere zaken en in het bijzonder de beslissingen van de oppositieafdeling en de Kamer van beroep van het EUIPO in de zaak Alticor/Rodriguez van respectievelijk 2 mei 2014 en 18 november 2015, waarin de oppositie van Alticor tegen een Uniemerkt, bestaande uit een beeldelement en het woord NUTRILIFE werd toegewezen, niet afdoen. Het hof beoordeelt de oppositie op eigen merites. In de zaak Alticor/Rodriguez is overwogen dat het Unitaire karakter van het Uniemerkt meebrengt dat een Uniemerkt moet worden geweigerd, als bij consumenten in slechts een deel van de Europese Unie verwarring te duchten is. De oppositieafdeling en de Kamer van Beroep zijn om proceseconomische redenen uitgegaan van het Bulgaarssprekende deel van het relevante publiek. Zij hebben overwogen dat voor dat deel van het publiek de woordelementen van het teken en het merk geen enkele betekenis hebben en zullen worden gepercipieerd als fantasiewoorden. Hierdoor kwamen de oppositieafdeling en de Kamer van Beroep tot een andere beslissing; het gebrek aan kennis van de Engelse taal leidde tot een ander oordeel over het onderscheidend vermogen van de oudere merken, tot een andere weging van de verschillende elementen van het teken en de merken voor het totaalbeeld daarvan, terwijl daardoor niet kon worden aangenomen dat het teken en/of de merken voor het in aanmerking genomen publiek verschillende betekenissen hebben (die de verschillen in visueel en auditief opzicht opheffen).

31. Alticor zal als de in het ongelijk gestelde partij worden veroordeeld in de kosten van het beroep. Daar in deze zaak geen griffierecht is geheven, zullen de kosten slechts begroot worden aan de hand van de inmiddels vastgestelde Liquidatietarieven van de vergoeding als bedoeld in artikel 4.9, onder c), van het Reglement. Voor veroordeling tot vergoeding van daarenboven gemaakte vexatoir veroorzaakte kosten ziet het hof geen aanleiding, daar niet blijkt van zulke kosten.

## Beslissing

Het Benelux gerechtshof, tweede kamer:

Wijst het verzoek in beroep af;

veroordeelt Alticor in de kosten van het beroep, tot op heden aan de zijde van Fiddiam begroot op € 1.800,- aan salaris voor de advocaat.

Dit arrest is gewezen op 18 oktober 2019 door mrs. A.D. Kiers-Becking, M-L. Meyer en S. Granata; het is uitgesproken ter openbare terechtzitting van 26 februari 2020, in aanwezigheid van A van der Niet, griffier.

A. van der Niet

S. Granata

similaires aux produits et services pour lesquels ces marques sont déposées, le signe, dans la mesure où cela est pertinent pour la question du risque de confusion, n'est également déposé que pour les denrées alimentaires, les boissons, les compléments alimentaires, produits de soins personnels et les services connexes. Sur cette base, l'élément verbal NUTRI dans le signe est descriptif et l'apparence générale est principalement déterminée par l'élément figuratif et l'élément verbal LIFE.

29. L'élément similaire NUTRI dans le signe et les marques antérieures étant descriptif, la Cour estime qu'un risque de confusion ne peut être admis que si les autres éléments de la marque et du signe sont également suffisamment similaires. Étant donné que les éléments LIFE (dans le signe) et LITE (dans les marques) ont des significations différentes et sont donc conceptuellement différents à un point tel que la similitude visuelle et auditive est neutralisée et que le signe ainsi que les marques divergent sur le plan visuel de la manière décrite ci-dessus, la Cour estime qu'il ne peut être admis qu'il existe un risque réel direct ou indirect de confusion entre le signe et les marques antérieures.

30. La Cour est donc d'avis que l'opposition a été rejetée à juste titre. Les demandes en recours doivent donc être rejetées. Les décisions rendues dans d'autres affaires et, en particulier, les décisions de la division d'opposition et de la chambre de recours de l'EUIPO dans les affaires Alticor/Rodriguez du 2 mai 2014 et du 18 novembre 2015, respectivement, dans lesquelles l'opposition d'Alticor à une marque de l'Union européenne consistant en un élément figuratif et le mot NUTRILIFE a été accueillie, ne peuvent remettre en cause cette conclusion. La Cour apprécie l'opposition en fonction de ses propres mérites. Dans l'affaire Alticor/Rodriguez, il a été considéré que le caractère unitaire de la marque de l'Union européenne signifie qu'une marque de l'Union européenne doit être refusée si une confusion est à craindre pour les consommateurs dans une partie seulement de l'Union européenne. La division d'opposition et la chambre de recours se sont appuyées sur la partie du public concerné qui parle bulgare pour des raisons d'économie procédurale. Elles ont estimé que pour cette partie du public, les éléments verbaux du signe et de la marque n'ont aucune signification et seront perçus comme des mots de fantaisie. En conséquence, la division d'opposition et la chambre de recours ont rendu une décision différente ; la méconnaissance de la langue anglaise a conduit à une appréciation différente du caractère distinctif des marques antérieures, à une pondération différente des différents éléments du signe et des marques pour leur apparence globale, alors qu'en conséquence on ne pouvait pas admettre que le signe et/ou les marques avaient des significations différentes (neutralisant les différences en termes visuels et auditifs) pour le public concerné.

31. Alticor, en tant que partie succombante, sera condamnée aux dépens du recours. Aucun droit de greffe n'ayant été perçu dans la présente affaire, les frais seront fixés sur la base des taux de liquidation qui ont été déterminés, comme il est indiqué à l'article 4.9, sous c, du Règlement. La Cour ne voit aucune raison d'ordonner le remboursement de frais vexatoires exposés en plus de ces frais, car ceux-ci n'ont pas été établis.

### **Décision**

La Cour de Justice Benelux, Deuxième Chambre :

Rejette le recours ;

Condamne Alticor aux frais du recours, fixés à ce jour à € 1.800,-- pour la partie Fiddiam, étant les honoraires de l'avocat.

Le présent arrêt a été rendu le 18 octobre 2019 par Mmes A.D. Kiers-Becking, M-L. Meyer et S. Granata : il a été prononcé à l'audience publique du 26 février 2020, en présence de M. A. van der Niet, greffier.

