

Décision

Procédure d'opposition n° 101300

dans la cause

Curves International, Inc.
100 Ritchie Road
Waco Texas 76712
US-États-Unis d'Amérique

Partie opposante

représentée par

Inteltech SA
Rue Saint-Honoré 1
Case postale 2510
2001 Neuchâtel

Marque suisse n° 506506 - CURVES

contre

MSC Promotion GmbH
Hauptstrasse 41
61462 Königstein
DE-Allemagne

Partie défenderesse

enregistrement international n° 1496487 - ROCK YOUR CURVES

L'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (ci-après : Institut) en application de l'art 31 ss. en relation avec l'art. 3 de la Loi fédérale sur la protection des marques et des indications de provenance (LPM, RS 232.11), l'art. 20 ss. de l'Ordonnance sur la protection des marques (OPM, RS 232.111), l'art. 1 ss. de l'Ordonnance de l'IPI sur les taxes (OTa-IPI, RS 232.148), ainsi que l'art. 1 ss. de Loi fédérale sur la procédure administrative (PA, RS 172.021),

considérant :

I. Faits et procédure

1. L'enregistrement international n° 1496487 - "ROCK YOUR CURVES" (ci-après marque attaquée) a été publié le 07.11.2019 dans la Gazette des marques internationales Nr. 43/2019. Il revendique les produits et services suivants:

Classe 3: Produits cosmétiques; crayons cosmétiques; préparations hydratantes; nécessaires de beauté; parfum; huiles pour la parfumerie; savons parfumés; crèmes parfumées pour le corps; lotions parfumées pour le corps; déodorants corporels [produits de parfumerie]; déodorants pour êtres humains ou pour animaux.

Classe 14: Boîtes à bijoux; parures [articles de bijouterie]; chaînes pour bijoux; pierres gemmes; coffrets à bijoux; broches [articles de bijouterie]; pendentifs; médaillons à secrets [articles de bijouterie]; colliers [articles de bijouterie]; bagues [articles de bijouterie]; bracelets [articles de bijouterie]; articles de bijouterie pour femmes; perles.

Classe 18: Fourre-tout pour vêtements de sport; sacs pour vêtements de sport; housses pour vêtements; sacs à dos de sport; sacs de sport; trousse à cosmétiques; vanity-cases non garnis; sacs à roulettes; housses pour vêtements; sacs en cuir; sacs souples pour vêtements; sacs banane.

Classe 21: Flacons à parfum; vaporisateurs à parfum.

Classe 25: Tee-shirts; tee-shirts imprimés; tee-shirts à manches courtes ou à manches longues; vêtements; hauts en maille de type polos; vêtements de nuit; shorts; ceinturons; bas [vêtements de dessus]; vêtements en maille; hauts [vêtements]; gants [vêtements]; survêtements; pull-overs sans manches [vêtements]; articles vestimentaires tissés; bandeaux pour les oreilles; toges; cache-cols [vêtements]; vêtements à l'épreuve des intempéries; vêtements pour enfants; vêtements en cachemire; vêtements en laine; vêtements pour filles; vêtements de sport; couches-culottes [vêtements]; vêtements de sport [autres que gants de golf]; vestes en tant que vêtements de sport; vêtements à l'épreuve des intempéries; tenues pour les loisirs; vestes de sport; maillots; survêtements; débardeurs d'athlétisme; soutiens-gorges de sport; collants d'athlétisme; pantalons de sport résistant à l'imbibition par capillarité; maillots de sport résistant à l'imbibition par capillarité; soutiens-gorge de sport résistant à l'imbibition par capillarité; jerseys de sport et culottes de sport; vêtements de sport; maillots de corps [articles de bonneterie]; sweat-shirts; vêtements de sport; chemises décontractées; chemises de sport à manches courtes; maillots rembourrés pour le sport; pantalons rembourrés pour le sport; shorts rembourrés pour le sport; articles de chapellerie pour le sport [autres que casques]; vêtements de maternité; ensembles jogging [vêtements]; vêtements en cuir; vêtements en lin; bandanas [gavroches]; casquettes [coiffures]; fichus; articles de chapellerie pour enfants; fichus; articles de chapellerie.

Classe 41: Cours d'exercice physique; coaching sportif; entraînement sportif; services d'éducation sportive; services d'éducation physique; services d'enseignement dans le domaine du sport; services de divertissement sportif; cours de sport; entraînement sportif; cours de sport; activités sportives; activités sportives et récréatives; prestation de services sportifs et récréatifs; organisation de tournois sportifs; organisation de compétitions sportives; cours d'instruction en rapport avec des activités sportives; services de sport et de fitness; mise à disposition de divertissements sportifs par le biais d'un site Web; représentations en direct.

2. En date du 02.03.2020 la partie opposante a formé opposition totale à l'encontre de cet enregistrement.
3. L'opposition se fonde sur la marque suisse n° 506506 "CURVES" (ci-après marque opposante), enregistrée pour les produits et services suivants :

Classe 16 : Papier, carton et produits en ces matières compris dans cette classe; produits de l'imprimerie; articles pour reliures; photographies; papeterie; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage; matériel pour les artistes; pinceaux; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils); matières plastiques pour l'emballage (comprises dans cette classe); caractères d'imprimerie; clichés.

Classe 25 : Vêtements, chaussures, chapellerie; vêtements de sport et de fitness.

Classe 41 : Education; divertissement; formation dans le domaine de la culture physique et de la mise en forme physique; enseignement de gymnastique; services d'enseignement et de conseils pour la formation dans le domaine de la mise en forme physique.

4. Le 06.03.2020, l'Institut a émis à l'encontre de l'enregistrement international attaqué une notification de refus provisoire total de protection sur motifs relatifs pour les produits et/ou services susmentionnés. Le titulaire a été invité à désigner dans les trois mois un domicile de notification ou un mandataire domicilié en Suisse, conformément à l'art. 42 LPM.
5. Le 22.06.2020, l'Institut a émis une décision de clôture de la procédure d'instruction vu que la partie défenderesse n'a pas utilisé le délai imparti.
6. Les arguments de la partie opposante, dans la mesure où ils seront décisifs, seront pris en compte dans les considérants suivants.

II. Conditions requises pour une décision sur le fond

1. Selon l'art. 31 LPM, le titulaire d'une marque antérieure peut former opposition contre un nouvel enregistrement en se fondant sur l'art. 3 al. 1 LPM. L'opposition doit être motivée par écrit dans les trois mois qui suivent la publication de l'enregistrement. La taxe d'opposition doit également être payée dans ce délai (art. 31 al. 2 LPM).
2. La marque attaquée a été enregistrée dans le registre international le 11.09.2019 avec une priorité selon l'art. 4 de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle (CUP, RS 0.232.04) au 13.08.2019. La marque opposante est antérieure car elle a été déposée le 18.09.2002. L'opposition a été introduite dans le délai et les formes prescrites (art. 20 OPM) et la taxe d'opposition a été payée dans le délai. Il convient par conséquent d'entrer en matière dans la présente procédure.
3. Si la partie défenderesse qui n'a ni siège ni domicile en Suisse ne désigne pas un domicile de notification en Suisse dans le délai imparti par l'Institut, comme dans le cas d'espèce, elle est exclue de la procédure et celle-ci est poursuivie d'office sans qu'elle ne soit entendue (art. 42 LPM en relation avec l'art. 21 al. 2 OPM et Directives en matière de marques [Directives], Partie 1, ch. 4.3 sous www.ige.ch). Le dispositif de la décision sera alors publié conformément à la règle 23^{bis} Règlement d'exécution commun à l'arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques et au protocole relatif à cet arrangement (RexC ; RS 0.232.112.21) par l'intermédiaire de l'OMPI.

III. Examen matériel

A. Motifs d'opposition

Selon l'art. 3 al. 1 let. c LPM, sont exclus de la protection les signes similaires à une marque antérieure et destinés à des produits identiques ou similaires, lorsqu'il en résulte un risque de confusion.

B. Comparaison des produits et services

1. Des produits et/ou des services sont similaires si les cercles des consommateurs intéressés et en particulier le dernier acquéreur peuvent penser, en présence de marques similaires et au regard des lieux de production et de distribution usuels, qu'ils proviennent de la même entreprise ou au moins qu'ils sont produits par des entreprises liées sur le plan économique et sous le contrôle d'un titulaire unique des marques. Le fait que les produits ou les services revendiqués relèvent de la même classe selon l'Arrangement de Nice ne préjuge pas d'une éventuelle similarité. En effet, ce système de répartition en classes ne remplit qu'une fonction d'aide purement formelle. La pratique a développé un certain nombre

d'indices de l'existence ou non de la similarité (cf. Directives, Partie 6, ch. 6.1 et ss).

2. La similarité peut aussi exister entre un produit et un service. En fonction du caractère différent des produits et des services, il faut relativiser les critères de distinction habituels. Il s'agit d'examiner, du point de vue du consommateur, si le titulaire d'une marque de service peut également être actif dans la fabrication et la distribution de produits ou, inversement, si le titulaire d'une marque de produits peut fournir des services y relatifs. Cet examen consiste à se demander si le service est d'une utilité particulière pour le produit, par exemple s'il facilite sa conservation ou sa transformation. Si tel est le cas, le consommateur perçoit le produit et le service comme une prestation formant un tout cohérent. Ainsi, des services de réparation et d'entretien, qui complètent l'offre de produits, peuvent être considérés comme similaires aux produits (« service après-vente ») (Directives, Partie 6, ch. 6.1.3).

3. La marque attaquée revendique les produits et services suivants :

Classe 3: Produits cosmétiques; crayons cosmétiques; préparations hydratantes; nécessaires de beauté; parfum; huiles pour la parfumerie; savons parfumés; crèmes parfumées pour le corps; lotions parfumées pour le corps; déodorants corporels [produits de parfumerie]; déodorants pour êtres humains ou pour animaux.

Classe 14: Boîtes à bijoux; parures [articles de bijouterie]; chaînes pour bijoux; pierres gemmes; coffrets à bijoux; broches [articles de bijouterie]; pendentifs; médaillons à secrets [articles de bijouterie]; colliers [articles de bijouterie]; bagues [articles de bijouterie]; bracelets [articles de bijouterie]; articles de bijouterie pour femmes; perles.

Classe 18: Fourre-tout pour vêtements de sport; sacs pour vêtements de sport; housses pour vêtements; sacs à dos de sport; sacs de sport; trousses à cosmétiques; vanity-cases non garnis; sacs à roulettes; housses pour vêtements; sacs en cuir; sacs souples pour vêtements; sacs banane.

Classe 21: Flacons à parfum; vaporisateurs à parfum.

Classe 25: Tee-shirts; tee-shirts imprimés; tee-shirts à manches courtes ou à manches longues; vêtements; hauts en maille de type polos; vêtements de nuit; shorts; ceinturons; bas [vêtements de dessus]; vêtements en maille; hauts [vêtements]; gants [vêtements]; survêtements; pull-overs sans manches [vêtements]; articles vestimentaires tissés; bandeaux pour les oreilles; toges; cache-cols [vêtements]; vêtements à l'épreuve des intempéries; vêtements pour enfants; vêtements en cachemire; vêtements en laine; vêtements pour filles; vêtements de sport; couches-culottes [vêtements]; vêtements de sport [autres que gants de golf]; vestes en tant que vêtements de sport; vêtements à l'épreuve des intempéries; tenues pour les loisirs; vestes de sport; maillots; survêtements; débardeurs d'athlétisme; soutiens-gorges de sport; collants d'athlétisme; pantalons de sport résistant à l'imbibition par capillarité; maillots de sport résistant à l'imbibition par capillarité; soutiens-gorge de sport résistant à l'imbibition par capillarité; jerseys de sport et culottes de sport; vêtements de sport; maillots de corps [articles de bonneterie]; sweat-shirts; vêtements de sport; chemises décontractées; chemises de sport à manches courtes; maillots rembourrés pour le sport; pantalons rembourrés pour le sport; shorts rembourrés pour le sport; articles de chapellerie pour le sport [autres que casques]; vêtements de maternité; ensembles jogging [vêtements]; vêtements en cuir; vêtements en lin; bandanas [gavroches]; casquettes [coiffures]; fichus; articles de chapellerie pour enfants; fichus; articles de chapellerie.

Classe 41: Cours d'exercice physique; coaching sportif; entraînement sportif; services d'éducation sportive; services d'éducation physique; services d'enseignement dans le domaine du sport; services de divertissement sportif; cours de sport; entraînement sportif; cours de sport; activités sportives; activités sportives et récréatives; prestation de services sportifs et récréatifs; organisation de tournois sportifs; organisation de compétitions sportives; cours d'instruction en rapport avec des activités sportives; services de sport et de fitness; mise à disposition de divertissements sportifs par le biais d'un site Web; représentations en direct.

4. La marque opposante bénéficie de la protection pour les produits et services suivants :

Classe 16 : Papier, carton et produits en ces matières compris dans cette classe; produits de l'imprimerie; articles pour reliures; photographies; papeterie; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage; matériel pour les artistes; pinceaux; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des

meubles); matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils); matières plastiques pour l'emballage (comprises dans cette classe); caractères d'imprimerie; clichés.

Classe 25 : Vêtements, chaussures, chapellerie; vêtements de sport et de fitness.

Classe 41 : Education; divertissement; formation dans le domaine de la culture physique et de la mise en forme physique; enseignement de gymnastique; services d'enseignement et de conseils pour la formation dans le domaine de la mise en forme physique.

5. Les produits contestés de la classe 3 « produits cosmétiques; crayons cosmétiques; préparations hydratantes; nécessaires de beauté; parfum; huiles pour la parfumerie; savons parfumés; crèmes parfumées pour le corps; lotions parfumées pour le corps; déodorants corporels [produits de parfumerie]; déodorants pour êtres humains ou pour animaux » n'ont pas de point de contact avec les produits et services de la marque opposante dans les classes 16, 25 et 41. En effet, leur nature, leur destination et leur méthode d'utilisation sont différentes. Ils ne sont pas en compétition ni complémentaires. Ils ne proviennent généralement pas non plus des mêmes types d'entreprises de fabrication et ne suivent pas les mêmes canaux de distribution ou de diffusion. Ces produits sont donc différents.

Les produits contestés de la classe 14 « boîtes à bijoux; parures [articles de bijouterie]; chaînes pour bijoux; pierres gemmes; coffrets à bijoux; broches [articles de bijouterie]; pendentifs; médaillons à secrets [articles de bijouterie]; colliers [articles de bijouterie]; bagues [articles de bijouterie]; bracelets [articles de bijouterie]; articles de bijouterie pour femmes; perles » n'ont pas de point de contact avec les produits et services de la marque opposante dans les classes 16, 25 et 41. En effet, leur nature, leur destination et leur méthode d'utilisation sont différentes. Ils ne sont pas en compétition ni complémentaires. Ils ne proviennent généralement pas non plus des mêmes types d'entreprises de fabrication et ne suivent pas les mêmes canaux de distribution ou de diffusion. Ces produits sont donc différents.

Les produits contestés de la classe 18 « fourre-tout pour vêtements de sport; sacs pour vêtements de sport; housses pour vêtements; sacs à dos de sport; sacs de sport; trousse à cosmétiques; vanity-cases non garnis; sacs à roulettes; housses pour vêtements; sacs en cuir; sacs souples pour vêtements; sacs banane » sont différents sacs, sacs de sport, trousse, housses pour vêtements et sont à considérer comme étant similaires aux produits « vêtements, chaussures, chapellerie; vêtements de sport et de fitness » de la marque opposante (TAF, B-461/2013, cons. 8.3 – SPORTS (fig.) / zoo sport (fig.); CREPI, sic ! 2004, 576 – Speedo / Speed Company). Ces produits sont donc similaires.

Les produits contestés de la classe 21 « flacons à parfum; vaporisateurs à parfum » n'ont pas de point de contact avec les produits et services de la marque opposante dans les classes 16, 25 et 41. En effet, leur nature, leur destination et leur méthode d'utilisation sont différentes. Ils ne sont pas en compétition ni complémentaires. Ils ne proviennent généralement pas non plus des mêmes types d'entreprises de fabrication et ne suivent pas les mêmes canaux de distribution et de diffusion. Ces produits sont donc différents.

Les produits contestés de la classe 25 « tee-shirts; tee-shirts imprimés; tee-shirts à manches courtes ou à manches longues; vêtements; hauts en maille de type polos; vêtements de nuit; shorts; ceinturons; bas [vêtements de dessus]; vêtements en maille; hauts [vêtements]; gants [vêtements]; survêtements; pull-overs sans manches [vêtements]; articles vestimentaires tissés; bandeaux pour les oreilles; toges; cache-cols [vêtements]; vêtements à l'épreuve des intempéries; vêtements pour enfants; vêtements en cachemire; vêtements en laine; vêtements pour filles; vêtements de sport; couches-culottes [vêtements]; vêtements de sport [autres que gants de golf]; vestes en tant que vêtements de sport; vêtements à l'épreuve des intempéries; tenues pour les loisirs; vestes de sport; maillots; survêtements; débardeurs d'athlétisme; soutiens-gorges de sport; collants d'athlétisme; pantalons de sport résistant à l'imbibition par capillarité; maillots de sport résistant à l'imbibition par capillarité; soutiens-gorge de sport résistant à l'imbibition par capillarité; jerseys de sport et culottes de sport; vêtements de sport; maillots de corps [articles de bonneterie]; sweat-shirts; vêtements de sport; chemises décontractées; chemises de sport à manches courtes; maillots rembourrés pour le sport; pantalons rembourrés pour le sport; shorts rembourrés pour le sport; articles de chapellerie pour le sport [autres que casques]; vêtements de maternité; ensembles jogging [vêtements]; vêtements en cuir; vêtements en lin; bandanas [gavroches]; casquettes [coiffures]; fichus;

articles de chapellerie pour enfants; fichus; articles de chapellerie » sont compris dans les produits « *vêtements, chaussures, chapellerie; vêtements de sport et de fitness* » de la marque opposante en classe 25. Ces produits sont donc identiques.

Les services contestés de la classe 41 « *cours d'exercice physique; coaching sportif; entraînement sportif; services d'éducation sportive; services d'éducation physique; services d'enseignement dans le domaine du sport; services de divertissement sportif; cours de sport; entraînement sportif; cours de sport; activités sportives; activités sportives et récréatives; prestation de services sportifs et récréatifs; organisation de tournois sportifs; organisation de compétitions sportives; cours d'instruction en rapport avec des activités sportives; services de sport et de fitness; mise à disposition de divertissements sportifs par le biais d'un site Web; représentations en direct* » sont compris dans les services « *éducation; divertissement; formation dans le domaine de la culture physique et de la mise en forme physique; enseignement de gymnastique; services d'enseignement et de conseils pour la formation dans le domaine de la mise en forme physique* » de la marque opposante en classe 41. Ces services sont donc identiques.

6. Il est à constater que les produits et services en question sont en partie identiques, en partie similaires et en partie différents.
7. Etant donné que le risque de confusion au sens de l'art. 3 al. 1 let. c LPM présuppose cumulativement la similarité/l'identité des produits et services et la similitude des signes, la présente opposition doit être rejetée en relation avec les produits des classe 3, 14 et 21 faute de similarité (Directives, Partie 6, ch. 6.5).
8. Pour les produits et services restants, l'identité, respectivement la similarité, est admise et il convient de passer à l'examen de signes.

C. Comparaison des signes

1. Selon le Tribunal fédéral, la différenciation entre deux marques est déterminée par l'impression d'ensemble que chacune laisse au public visé. Etant donné que celui-ci n'a le plus souvent pas l'occasion de percevoir les deux signes en même temps et ne conserve qu'un souvenir de la marque antérieure, il faut tenir compte des éléments caractéristiques des marques aptes à rester dans la mémoire du consommateur moyen. Le fait d'ajouter ou d'enlever des éléments à la partie distinctive principale d'une marque est insuffisant s'ils ne sont pas aptes à modifier de manière sensible le signe et si les marques continuent de concorder dans leurs éléments essentiels (Directives, Partie 6, ch. 6.3).
2. S'agissant des marques verbales, l'impression d'ensemble est déterminée par l'effet auditif, l'effet visuel et le sens. Une similarité sur un seul de ces plans suffit en règle générale à admettre un risque de confusion (Directives, Partie 6, ch. 6.3.1).
3. En l'occurrence, le signe opposant est la marque verbale « CURVES ». Le signe contesté est la marque verbale « ROCK YOUR CURVES ».
4. Sur le plan visuel, les signes sont similaires dans la mesure où ils contiennent tous les deux le mot « CURVES ». Ils diffèrent dans la mesure où la marque opposante contient les mots supplémentaires « ROCK YOUR... » (**CURVES** / ROCK YOUR CURVES).
5. Sur le plan auditif, les signes sont similaires dans la mesure du son des lettres « c u r v e s » et diffèrent dans la mesure du son des lettres supplémentaires de la marque contestée « r o c k y o u r ... ».
6. Sur le plan conceptuel ou du contenu sémantique, la marque opposante est formée du mot anglais « CURVES » qui se traduit en français par « courbes, cambrures... » (Le Grand Robert & Collins, dictionnaire anglais-français). Le mot « courbe » signifie notamment « une ligne courbe, arc, boucle, volute, tournant, virage » ; elle est l'opposé du mot « droit, rectiligne » (voir le Petit Robert, dictionnaire de la langue française). La marque contestée contient aussi ce mot « CURVES » puisqu'elle est formée des mots « ROCK YOUR CURVES ». Le verbe anglais « to rock » signifie « balancer, secouer... » (Le Grand Robert & Collins). Le signe attaqué peut ainsi être compris comme signifiant « balances tes courbes » ou encore « secoues tes courbes ». Ces mots anglais sont d'un usage relativement courant et en principe compréhensible pour un public suisse moyen. Les signes en conflit évoquent donc les concepts suivants : « courbes / secoues tes courbes ». Il sied de constater que les signes disposent d'un certain degré de similitude conceptuelle dans la mesure où ils contiennent tous les deux le concept de « courbes ».

(« curves »).

7. Au vu de ce qui précède, il convient de retenir l'existence de fortes similitudes entre les signes et de déterminer si cette concordance est de nature à fonder un risque de confusion.

D. Risque de confusion

1. Il y a risque de confusion au sens de l'art. 3 al. 1 let. c LPM, lorsque le signe le plus récent porte atteinte à la fonction distinctive de la marque antérieure. Il existe une telle atteinte quand la similitude des marques risque de prêter à confusion dans les milieux concernés et que ces derniers attribuent les produits ou services sur lesquels est apposé l'un ou l'autre signe au mauvais titulaire. Une vague possibilité de confusion ne suffit pas. Il doit être vraisemblable que le consommateur moyen confonde les marques (Directives, Partie 6, ch. 6.4.1).
2. L'appréciation de la similitude ou de la différence entre deux marques ne se fait pas sur la base d'une comparaison abstraite des signes mais en fonction de l'ensemble des circonstances du cas d'espèce. La mesure de la différence dépend, d'une part, de l'étendue du domaine de similitude auquel le titulaire de la marque antérieure peut prétendre, et, d'autre part, des catégories de produits ou de services pour lesquelles les marques opposées sont enregistrées (Directives, Partie 6, ch. 6.5).
3. Plus les produits ou les services pour lesquels les marques sont enregistrées sont proches, plus il y a risque de confusion et plus le signe postérieur devra se distinguer du signe antérieur pour exclure ce risque. Il en est de même du cas inverse. Il y a donc interaction entre la similitude des signes et la similarité des produits ou des services (Directives, Partie 6, ch. 6.5). En l'espèce, une partie des produits ainsi que les services étant identiques, il sied d'apprécier le risque de confusion avec une rigueur particulière en rapport avec eux.
4. Il faut également considérer le degré d'attention avec lequel les produits sont achetés ou pris en compte. La jurisprudence est d'avis que pour les produits de masse de consommation courante ou quotidienne, il faut s'attendre à un degré d'attention et à une capacité de distinction moindre que pour des produits spécifiques qui s'adressent à un cercle plus restreint de consommateurs, tels que des professionnels (Directives, Partie 6, ch. 6.6). En ce qui concerne les produits et les services des classes 16 et 41, le degré d'attention est supposé être normal. Il est en effet souvent fait appel à des services de formation et de divertissement. Les produits de la classe 18 sont généralement l'objet d'un degré d'attention normal, moyen (TAF, B-4260 /2010, cons. 7 – *Bally / BALU*). Les produits de la classe 25, en particulier les vêtements, font l'objet, de manière générale et en comparaison avec des articles de grande consommation et d'usage courant, d'un degré d'attention légèrement plus élevé, étant donné qu'ils sont fréquemment essayés avant d'être achetés (Directives, Partie 6, ch. 6.6).
5. Le champ de protection d'une marque se détermine par son caractère distinctif, le domaine de similitude protégé étant plus restreint pour les marques faibles que pour les marques fortes. Pour les marques faibles, de légères modifications sont déjà susceptibles de constituer une différence suffisante (Directives, Partie 6, ch. 6.7). Il convient à ce propos de rappeler que le champ de protection de chaque marque est limité par la sphère du domaine public. Ce qui est libre du point de vue du droit des marques reste par définition à la libre disposition du commerce. Les marques qui sont proches d'un signe du domaine public ont un champ de protection limité. De telles marques peuvent bien entendu être valables, mais leur champ de protection ne s'étend pas à l'élément appartenant au domaine public. Ce principe s'applique aussi pour les marques fortes. Pour qu'un risque de confusion existe en cas de reprise d'éléments appartenant au domaine public, des conditions spécifiques doivent être remplies. La marque doit par exemple avoir acquis un degré de connaissance plus élevé dans son ensemble en fonction de la durée de son usage ou de l'intensité de la publicité et l'élément appartenant au domaine public doit participer au champ de protection élargi (Directives, Partie 6, ch. 6.7).
6. En l'espèce, la marque opposante n'a pas un sens directement descriptif en relation avec les produits en cause. Elle dispose de ce fait d'une force distinctive et d'un champ de protection normaux.
7. Les produits et services qui restent en lice pour l'examen du risque de confusion sont en partie identiques et en partie similaires (l'opposition étant déjà rejetée en relation avec les produits différents, voir ci-dessus, III., B., 7.). Les signes sont similaires visuellement, phonétiquement et conceptuellement dans la mesure du

mot « CURVES ». Le degré d'attention est normal, moyen voire légèrement élevé pour certains produits. Le champ de protection de la marque opposante est normal. La marque contestée reprend l'entier de la marque opposante, soit le mot « CURVES ». La reprise de la marque opposante est généralement de nature à fonder un risque de confusion. Il convient de constater que l'élément le plus accrocheur de la marque contestée est vraisemblablement le mot « CURVES » car c'est lui qui détermine la signification l'ensemble du signe, l'expression « ROCK YOUR... » appelant un substantif pour que la phrase prenne sens (comme par exemple le mot « body » dans l'expression « rock your body »). Compte tenu du fait que le signe opposant, respectivement le mot « CURVES », est distinctif et dispose d'un champ de protection normal, sa reprise dans la marque contestée est apte à fonder un risque de confusion. Ce terme est bien perceptible visuellement, phonétiquement et aussi par son contenu sémantique. Sa signification ne diffère pas nécessairement d'un signe à l'autre et il est donc parfaitement reconnaissable. En effet, bien que la signification d'ensemble des deux signes évoque deux choses différentes (« courbes » / « secoues tes courbes »), le message véhiculé n'est pas à ce point différent qu'il permette de clairement distinguer les marques et d'exclure un rapport entre elles. L'élément essentiel « CURVES » est bien présent et détermine l'impression d'ensemble des signes, qui est très proche. Il ne passe pas au second plan dans la marque contestée et n'est pas non plus noyé dans l'ensemble (voir à ce sujet, TAF, B-4538/2017, cons. 11.3.2.1 – *MONSTER REHAB – MONSTER ENERGY ZERO ULTRA – MUSCLE MONSTER / nickelodeon BLAZE AND THE MONSTER MACHINES* (fig.)).

8. Au vu de ces éléments, il convient de conclure que le consommateur peut facilement confondre les marques, soit directement, soit indirectement en pensant à une variante de la marque de base ou à une série de marques. Ainsi, en présence de produits identiques ou similaires, il existe un risque de confusion.
9. L'opposition n° 101300 est donc partiellement bien fondée. La protection en Suisse de l'enregistrement international n° 1496487 - "ROCK YOUR CURVES" sera définitivement refusée pour les produits et services suivants :

« Fourre-tout pour vêtements de sport; sacs pour vêtements de sport; housses pour vêtements; sacs à dos de sport; sacs de sport; trousse à cosmétiques; vanity-cases non garnis; sacs à roulettes; housses pour vêtements; sacs en cuir; sacs souples pour vêtements; sacs banane » (classe 18).

« Tee-shirts; tee-shirts imprimés; tee-shirts à manches courtes ou à manches longues; vêtements; hauts en maille de type polos; vêtements de nuit; shorts; ceinturons; bas [vêtements de dessus]; vêtements en maille; hauts [vêtements]; gants [vêtements]; survêtements; pull-overs sans manches [vêtements]; articles vestimentaires tissés; bandeaux pour les oreilles; toges; cache-cols [vêtements]; vêtements à l'épreuve des intempéries; vêtements pour enfants; vêtements en cachemire; vêtements en laine; vêtements pour filles; vêtements de sport; couches-culottes [vêtements]; vêtements de sport [autres que gants de golf]; vestes en tant que vêtements de sport; vêtements à l'épreuve des intempéries; tenues pour les loisirs; vestes de sport; maillots; survêtements; débardeurs d'athlétisme; soutiens-gorges de sport; collants d'athlétisme; pantalons de sport résistant à l'imbibition par capillarité; maillots de sport résistant à l'imbibition par capillarité; soutiens-gorge de sport résistant à l'imbibition par capillarité; jerseys de sport et culottes de sport; vêtements de sport; maillots de corps [articles de bonneterie]; sweat-shirts; vêtements de sport; chemises décontractées; chemises de sport à manches courtes; maillots rembourrés pour le sport; pantalons rembourrés pour le sport; shorts rembourrés pour le sport; articles de chapellerie pour le sport [autres que casques]; vêtements de maternité; ensembles jogging [vêtements]; vêtements en cuir; vêtements en lin; bandanas [gavroches]; casquettes [coiffures]; fichus; articles de chapellerie pour enfants; fichus; articles de chapellerie » (classe 25).

« Cours d'exercice physique; coaching sportif; entraînement sportif; services d'éducation sportive; services d'éducation physique; services d'enseignement dans le domaine du sport; services de divertissement sportif; cours de sport; entraînement sportif; cours de sport; activités sportives; activités sportives et récréatives; prestation de services sportifs et récréatifs; organisation de tournois sportifs; organisation de compétitions sportives; cours d'instruction en rapport avec des activités sportives; services de sport et de fitness; mise à disposition de divertissements sportifs par le biais d'un site Web; représentations en direct » (classe 41).

IV. Répartition des frais

1. La taxe d'opposition reste acquise à l'Institut (art. 31 LPM en relation avec l'art. 1 ss. OTa-IPI et annexe à l'art. 3 al. 1 OTa-IPI).
2. En statuant sur l'opposition, l'Institut doit décider si et dans quelle mesure les frais de la partie qui obtient gain de cause doivent être supportés par celle qui succombe (art. 34 LPM). Les frais de procédure sont en règle générale mis à la charge de la partie qui succombe. La partie qui obtient gain de cause se voit en principe attribuer une indemnité (dépens). Si l'opposition n'est que partiellement admise, la taxe d'opposition est généralement répartie par moitié entre les parties et leurs frais sont compensés. Si le défendeur n'a ni répondu, ni participé d'une autre manière à la procédure, il ne se verra pas allouer de dépens, même s'il obtient gain de cause. Lorsqu'une opposition est dirigée contre un enregistrement international et que le défendeur ne désigne pas de domicile de notification en Suisse, il est exclu de la procédure conformément à l'art. 21 al. 2 OPM et ne se voit pas non plus allouer de dépens, même si l'opposition est rejetée (Directives, Partie 1, ch. 7.3.2.3).
3. Les procédures d'opposition devant être simples, rapides et bon marché, il est alloué en pratique une indemnité de CHF 1'200.00 par échange d'écritures. Les écritures des parties qui n'ont pas été sollicitées ne sont généralement pas indemnisées (Directives, Partie 1, ch. 7.3.2.2).
4. L'opposition est admise seulement partiellement. La procédure a nécessité un seul échange d'écritures (respectivement le mémoire d'opposition), et il n'y a pas de raison de s'écarter de la pratique citée. En application des critères mentionnés ci-dessus, les frais des parties sont à compenser et la taxe d'opposition est répartie par moitié. La défenderesse n'ayant pas répondu ni participé à la procédure ne se verrait de toute façon pas allouer de dépens. Au vu de ce qui précède, il convient de mettre à la charge de la partie défenderesse le paiement à la partie opposante de la moitié de taxe d'opposition.

Pour ces motifs, il est

décidé:

1.

La partie défenderesse est exclue de la présente procédure.

2.

L'opposition n° **101300** est partiellement admise.

3.

La protection en Suisse de l'enregistrement international n° **1496487** - "**ROCK YOUR CURVES**" sera définitivement refusée pour les produits et services suivants :

Classe 18 : Fourre-tout pour vêtements de sport; sacs pour vêtements de sport; housses pour vêtements; sacs à dos de sport; sacs de sport; trousse à cosmétiques; vanity-cases non garnis; sacs à roulettes; housses pour vêtements; sacs en cuir; sacs souples pour vêtements; sacs banane.

Classe 25 : Tee-shirts; tee-shirts imprimés; tee-shirts à manches courtes ou à manches longues; vêtements; hauts en maille de type polos; vêtements de nuit; shorts; ceinturons; bas [vêtements de dessus]; vêtements en maille; hauts [vêtements]; gants [vêtements]; survêtements; pull-overs sans manches [vêtements]; articles vestimentaires tissés; bandeaux pour les oreilles; toges; cache-cols [vêtements]; vêtements à l'épreuve des intempéries; vêtements pour enfants; vêtements en cachemire; vêtements en laine; vêtements pour filles; vêtements de sport; couches-culottes [vêtements]; vêtements de sport [autres que gants de golf]; vestes en tant que vêtements de sport; vêtements à l'épreuve des intempéries; tenues pour les loisirs; vestes de sport; maillots; survêtements; débardeurs d'athlétisme; soutiens-gorges de sport; collants d'athlétisme; pantalons de sport résistant à l'imbibition par capillarité; maillots de sport résistant à l'imbibition par capillarité; soutiens-gorge de sport résistant à l'imbibition par capillarité; jerseys de sport et culottes de sport; vêtements de sport; maillots de corps [articles de bonneterie]; sweat-shirts; vêtements de sport; chemises décontractées; chemises de sport à manches courtes; maillots rembourrés pour le sport; pantalons rembourrés pour le sport; shorts rembourrés pour le sport; articles de chapellerie pour le sport [autres que casques]; vêtements de maternité; ensembles jogging [vêtements]; vêtements en cuir; vêtements en lin; bandanas [gavroches]; casquettes [coiffures]; fichus; articles de chapellerie pour enfants; fichus; articles de chapellerie.

Classe 41 : Cours d'exercice physique; coaching sportif; entraînement sportif; services d'éducation sportive; services d'éducation physique; services d'enseignement dans le domaine du sport; services de divertissement sportif; cours de sport; entraînement sportif; cours de sport; activités sportives; activités sportives et récréatives; prestation de services sportifs et récréatifs; organisation de tournois sportifs; organisation de compétitions sportives; cours d'instruction en rapport avec des activités sportives; services de sport et de fitness; mise à disposition de divertissements sportifs par le biais d'un site Web; représentations en direct.

4. L'Institut émettra une décision d'octroi partiel de la protection selon la règle 18 ter2(ii) du règlement d'exécution comme pour les produits suivants :

Classe 3 : Produits cosmétiques; crayons cosmétiques; préparations hydratantes; nécessaires de beauté; parfum; huiles pour la parfumerie; savons parfumés; crèmes parfumées pour le corps; lotions parfumées pour le corps; déodorants corporels [produits de parfumerie]; déodorants pour êtres humains ou pour animaux.

Classe 14 : Boîtes à bijoux; parures [articles de bijouterie]; chaînes pour bijoux; pierres gemmes; coffrets à bijoux; broches [articles de bijouterie]; pendentifs; médaillons à secrets [articles de bijouterie]; colliers [articles de bijouterie]; bagues [articles de bijouterie]; bracelets [articles de bijouterie]; articles de bijouterie pour femmes; perles.

Classe 21 : Flacons à parfum; vaporisateurs à parfum.

5.

La taxe d'opposition de CHF 800.00 reste acquise à l'Institut.

6.

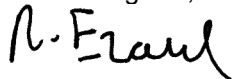
Il est mis à la charge de la partie défenderesse le paiement à la partie opposante de CHF 400.00 (moitié de la taxe d'opposition).

7.

La présente décision est notifiée par écrit à la partie opposante. Le dispositif de la présente décision sera notifié à la partie défenderesse par l'intermédiaire de l'OMPI selon la règle 23^{bis} RexC.

Berne, le 21 septembre 2020

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées



Raoul Erard
Section des oppositions

Indication des voies de droit:

La présente décision peut faire l'objet d'un recours écrit auprès du Tribunal administratif fédéral, case postale 9023, St-Gall, dans un délai de 30 jours à compter de sa notification. Le délai de recours est observé lorsque le recours est remis au Tribunal administratif fédéral ou, à son adresse, à un bureau de poste suisse ou à une représentation diplomatique ou consulaire suisse le dernier jour du délai au plus tard (art. 21 al. 1 de la Loi fédérale sur la procédure administrative [PA]). Le mémoire de recours doit être rédigé dans une langue officielle suisse; il doit indiquer les conclusions, motifs et moyens de preuve et porter la signature du recourant ou de son mandataire. La décision attaquée et les pièces invoquées comme moyens de preuve doivent être joints pour autant qu'elles soient en mains de la partie recourante (art. 52 al. 1 PA).