

Décision

Procédure d'opposition n° 102033

dans la cause

GONNET PIERRICK
99 Impasse Fer Donjean
74410 SAINT JORIOZ
FR-France

Partie opposante

représentée par

Fontanet et associés
25, grand-rue
case postale 3200
1211 Genève 3

enregistrement international n° 1400354 - PLUUS



contre

WeConnect Technologies SA
20 rue des Noirettes
1227 Carouge

Partie défenderesse

Marque suisse n° 759353 - Pluus

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 et des indications de provenance (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 de la marque suisse n° 759353 - "Pluus" (ci-après marque attaquée) a été publié le 15.02.2021 dans Swissreg. La marque attaquée est notamment enregistrée en relation avec les produits et services suivants:

Classe 9: Appareils et instruments scientifiques, de recherche, de navigation, géodésiques, photographiques, cinématographiques, audiovisuels, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de détection, d'essai, d'inspection, de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande de la distribution ou de la consommation d'électricité; appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement de sons, d'images ou de données; supports enregistrés ou téléchargeables, logiciels, supports d'enregistrement et de stockage numériques ou analogues vierges; mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses, dispositifs de calcul; ordinateurs et périphériques d'ordinateurs; combinaisons de plongée, masques de plongée, tampons d'oreilles pour la plongée, pinces nasales pour plongeurs et nageurs, gants de plongée, appareils respiratoires pour la nage subaquatique; extincteurs.

Classe 38: Services de télécommunications.

Classe 42: Services scientifiques et technologiques ainsi que services de recherches et de conception y relatifs; services d'analyses industrielles, de recherches industrielles et de dessin industriel; services de contrôle de qualité et d'authentification; conception et développement d'ordinateurs et de logiciels.

2. En date du 12.05.2021, la partie opposante a formé opposition partielle à l'encontre de l'enregistrement de cette marque, à savoir contre les produits et services susmentionnés.
3. L'opposition se fonde sur l'enregistrement international n° 1400354 "PLUUS (fig.)" (ci-après marque opposante), protégé en Suisse pour les produits et services suivants :

Classe 9: Logiciels (programmes enregistrés).

Classe 38: Fourniture d'accès à des bases de données.

Classe 42: Conception de logiciels; développement de logiciels; installation de logiciels; maintenance de logiciels; mise à jour de logiciels; location de logiciels; programmation pour ordinateurs; analyse de systèmes informatiques; conception de systèmes informatiques; logiciel-service (SaaS); informatique en nuage; stockage électronique de données.

4. Le 17.05.2021, l'Institut a émis une décision impartissant un délai à la partie défenderesse pour présenter une prise de position.
5. Dans le délai imparti, la partie défenderesse n'a pas présenté de prise de position.
6. Le 28.06.2021, l'Institut a émis une décision de clôture de la procédure d'instruction.
7. 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 déposée le 05.01.2021. La marque opposante est antérieure car elle a été enregistrée dans le registre international le 08.02.2018 avec une priorité fondée sur la marque française n° 4397311 selon l'art. 4 de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle (CUP, RS 0.232.04) au 18.10.2017. 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.

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 en matière des marques, état au 01.01.2019 [ci-après Directives], disponible sous www.ige.ch, Partie 6, ch. 6.1 et ss).
2. L'opposition vise les produits et services suivants de la marque attaquée:

Classe 9: Appareils et instruments scientifiques, de recherche, de navigation, géodésiques, photographiques, cinématographiques, audiovisuels, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de détection, d'essai, d'inspection, de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande de la distribution ou de la consommation d'électricité; appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement de sons, d'images ou de données; supports enregistrés ou téléchargeables, logiciels, supports d'enregistrement et de stockage numériques ou analogues vierges; mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses, dispositifs de calcul; ordinateurs et périphériques d'ordinateurs; combinaisons de plongée, masques de plongée, tampons d'oreilles pour la plongée, pinces nasales pour plongeurs et nageurs, gants de plongée, appareils respiratoires pour la nage subaquatique; extincteurs.

Classe 38: Services de télécommunications.

Classe 42: Services scientifiques et technologiques ainsi que services de recherches et de conception y relatifs; services d'analyses industrielles, de recherches industrielles et de dessin industriel; services de contrôle de qualité et d'authentification; conception et développement d'ordinateurs et de logiciels.

3. La marque opposante bénéficie de la protection en Suisse pour les produits et services suivants:

Classe 9: Logiciels (programmes enregistrés).

Classe 38: Fourniture d'accès à des bases de données.

Classe 42: Conception de logiciels; développement de logiciels; installation de logiciels; maintenance de logiciels; mise à jour de logiciels; location de logiciels; programmation pour ordinateurs; analyse de systèmes informatiques; conception de systèmes informatiques; logiciel-service (SaaS); informatique en nuage; stockage électronique de données.

4. Produits de la classe 9

Les produits contestés *"appareils et instruments scientifiques, de recherche, de navigation, géodésiques, photographiques, cinématographiques, audiovisuels, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de détection, d'essai, d'inspection, de secours (sauvetage) et d'enseignement", "appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande de la distribution ou de la consommation d'électricité" et "appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement de sons, d'images ou de données"* présentent des points de contact avec les produits *"logiciels (programmes enregistrés)"* de la marque opposante. Ces appareils et instruments sont aujourd'hui couramment assistés de systèmes informatisés pour lesquels des programmes informatiques spécifiques sont conçus. Ils forment ainsi un tout, une unité logique. Ces produits sont donc similaires (cf. décision de l'Institut dans la procédure n° 101451, III. B. ch. 4 – HP / HPS, disponible dans l'aide à l'examen de l'Institut, disponible sous <https://ph.ige.ch/ph>).

Les *"caisses enregistreuses, dispositifs de calcul" et "ordinateurs et périphériques d'ordinateurs"* fonctionnent souvent avec des programmes informatiques spécifiques indispensables à leur utilisation. Il y a donc des points de contact au niveau notamment du savoir-faire de fabrication et de la complémentarité. En particulier, les logiciels (software) et le matériel informatique (hardware) ont des liens étroits dans le sens qu'il s'agit de produits complémentaires dont le fonctionnement est interdépendant et qui sont souvent présentés sous la forme d'une unité dans les circuits de distributions. Ils visent les mêmes destinataires et sont présentés sur les mêmes lieux de vente (cf. arrêt du Tribunal administratif fédéral [TAF], B-758/2007, consid. 5.1 – G-mode / GMODE, disponible sous <http://bvger.ch>; décision de l'ancienne Commission fédérale de recours en matière de propriété intellectuelle [CREPI], dans: sic ! 2005, 580, cons. 4 – *global sources (fig.) / GLOBAL SOURCE*). Ces produits sont par conséquent similaires aux *"logiciels"* de la marque opposante. Dans la même optique, pour être lu ou pour transférer du contenu dessus, les produits attaqués *"supports enregistrés ou téléchargeables, supports d'enregistrement et de stockage numériques ou analogues vierges"* nécessitent des *"logiciels"* spécifiques, pour lesquels la marque opposante est protégée. Ces derniers représentent ainsi un complément indispensable au fonctionnement des produits contestés et sont donc également similaire.

Les produits *"logiciels"* sont identiques aux produits de la marque opposante.

En revanche, les produits contestés *"mécanismes pour appareils à prépaiement"* ne peuvent être considérés comme similaires aux produits pour lesquels la marque opposante bénéficie de la protection en Suisse. Il s'agit de mécanismes, donc une combinaison de pièces montées en vue d'un fonctionnement d'ensemble pour des appareils à prépaiement, qui sont destinés à la fabrication d'appareils dans le domaine du paiement. Il s'agit de produits qui ne sont pas destinés à un consommateur final mais à l'industrie qui fabriquera ensuite, avec ces mécanismes, des produits finis destinés au consommateur (voir à ce sujet TAF, B-234/2014, cons. 5.2.2.2 – Juke / Jook video (fig.)). Ces produits ne présentent donc pas de point de contact avec les produits de la marque opposante qui sont des produits finis. Ces produits sont donc différents (cf. décision de l'Institut n° 101451, III. B. ch. 4 – HP / HPS, cf. disponible dans l'aide à l'examen de l'Institut, disponible sous <https://ph.ige.ch/ph>).

Enfin, les produits *"combinaisons de plongée, masques de plongée, tampons d'oreilles pour la plongée, pinces nasales pour plongeurs et nageurs, gants de plongée, appareils respiratoires pour la nage subaquatique"* ainsi que les *"extincteurs"* n'ont également pas de points de contact avec les produits de la marque opposante en classe 9. 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.

5. Services de la classe 38

Les services attaqués *"services de télécommunications"* du signe postérieur représente une indication générale, contenant tous les services qui permettent la transmission, la diffusion et la réception d'informations à distance par tout moyen électrique, radioélectrique, optique ou électromagnétique (cf. aide

à la classification de l'Institut sur <https://wdl.ige.ch/wdl/>). Ils englobent ainsi les services *"fourniture d'accès à des bases de données"* pour lesquels la marque opposante est enregistrée. Dans la mesure où ces services coïncident avec la *"fourniture d'accès à des bases de données"* du signe antérieur, il y a identité. Pour le surplus, la similarité doit être affirmée en raison de la proximité du marché, des chevauchements dans le savoir-faire ("know-how"), du même but général et de l'identité des prestataires de services.

6. Services de la classe 42

Les services contestés *"services scientifiques et technologiques ainsi que services de recherches et de conception y relatifs"*, *"services d'analyses industrielles, de recherches industrielles et de dessin industriel"* et *"services de contrôle de qualité et d'authentification"* présentent des points de contact avec les services de la classe 42 de la marque opposante, en particulier la *"conception de logiciels"*, l'*"analyse de systèmes informatiques"* et la *"conception de systèmes informatiques"*. En effet, les grandes entreprises informatiques qui fournissent ce genre de services disposent généralement de leurs propres divisions de recherche et de développement et sont donc aussi équipées et aptes à remplir des mandats externes de recherche (cf. arrêt du TAF B-2844/2009, consid. 3.2 – SAP / ;asap (fig.)). Pour les mêmes raisons, les services contestés dans le cas d'espèce peuvent aussi avoir des points de contact avec certains produits de la classe 9 de la marque opposante. Ces services sont donc similaires.

Les services attaqués *"conception et développement de logiciels"* se retrouvent à l'identique dans la marque opposante. L'identité entre ces services doit ainsi être admise.

Les services contestés *"conception et développement d'ordinateurs"* sont fortement similaires aux services *"conception et développements de logiciels"* et *"conception de systèmes informatiques"*, offerts sous la marque opposante. Il existe des liens étroits entre le matériel informatique et les logiciels. L'un ne peut fonctionner sans l'autre. Les entreprises informatiques créent et développent souvent à la fois du matériel et des logiciels, par exemple les fabricants de matériel qui fournissent des logiciels optimisés pour leurs produits (cf. arrêt du TAF B-2844/2009, consid. 3.2 – SAP / ;asap (fig.)).

7. Il est à constater que les produits et services en question sont en partie identiques, en partie similaires (respectivement très similaires) et en partie différents.
8. Etant donné que le risque de confusion au sens de l'art. 3 al. 1 let. c LPM présuppose cumulativement la similarité ou l'identité des produits ou des services et la similitude des signes, la présente opposition doit être rejetée en relation avec les produits *"mécanismes pour appareils à prépalement"*, *"combinaisons de plongée, masques de plongée, tampons d'oreilles pour la plongée, pinces nasales pour plongeurs et nageurs, gants de plongée, appareils respiratoires pour la nage subaquatique"* et *"extincteurs"* de la classe 9, faute de similarité (Directives, Partie 6, ch. 6.5).
9. Pour les produits et services restants, l'identité, la forte similarité et la similarité sont admises et il convient de passer à l'examen des 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. En l'occurrence, il y a lieu de comparer une marque combinée avec une marque verbale.

S'agissant des signes combinés, il faut examiner de cas en cas si la partie verbale ou la partie figurative d'une marque combinée domine ou est d'une importance décisive. C'est également l'impression d'ensemble qui est déterminante pour une marque combinée. Le schématisme est à bannir et ni l'élément verbal ni l'élément figuratif ne sont présumés être prépondérants. Il faut en effet déterminer concrètement le caractère distinctif des différents éléments. Si l'élément graphique n'est qu'un ajout figuratif sans

importance, il peut être écarté (Directives, Partie 6, ch. 6.3.3).

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'espèce, le signe opposant est une marque combinée, qui se présente comme suit:



Il est constitué du terme "PLUUS", écrit entièrement en lettres majuscules blanches et dans une typographie tout à fait banale, suivi probablement (mais à peine visible) du symbole *registered* ®. L'élément verbal se trouve au pied de l'élément graphique, qui est nettement plus grand. Pris dans son ensemble, ce dernier représente une croix aux angles arrondis. Cette croix est formée de deux chevrons pointant chacun vers le centre, la pointe de celui en rouge étant au-dessus de celle du chevron blanc. La branche qui se trouve au-dessus de l'élément verbal est aussi longue que ce dernier. Le tout est placé au centre d'un carré rouge, également aux angles arrondis. Dès lors que, selon les informations figurant au registre, les couleurs rouge et blanc contenues dans le signe ne sont pas revendiquées, il n'y a pas lieu de les prendre en considération.

Quant à la marque attaquée, cette dernière est une marque verbale, composée du terme "Pluus", tenu en lettres minuscules à l'exception de la première lettre.

4. Sur le plan visuel, les marques en litiges sont quasi-identiques au niveau de l'élément verbal "PLUUS" respectivement "Pluus", compte tenu que conformément à la jurisprudence, l'emploi de majuscules ou de minuscules n'est pas significatif en termes de caractère distinctif (cf. arrêt du TAF B-4728/2014, consid. 5.3.1 - WINSTON / Wilson), les lettres majuscules et minuscules ne marquant généralement pas l'impression d'ensemble (cf. arrêt du TAF B-953/2013, consid. 2.3 - CIZELLO / SCIELO). En revanche, les marques diffèrent dans la mesure où la marque attaquée ne comprend pas l'élément graphique. Il en sera ainsi tenu compte lors de l'examen du risque de confusion.
5. Sur le plan phonétique et auditif, les signes opposants sont identiques, l'élément figuratif de la marque opposante ne se prononçant pas.
6. Comme le destinataire moyen de la marque retrace dans ses pensées, parfois inconsciemment, ce qu'il lit ou entend, le sens d'une marque verbale est aussi déterminant pour l'impression d'ensemble. A côté de la signification propre du mot entrent en considération des associations de pensées que le signe suscite inévitablement. Des significations marquantes, qui s'imposent à l'esprit, à la lecture ou à l'écoute, sont aussi de nature à dominer l'impression d'ensemble. Si une des marques renvoie clairement à un sens qui ne se retrouve pas dans l'autre marque, la probabilité que le public acheteur soit trompé par un effet auditif ou visuel similaire est mince (Directives, Partie 6, ch. 6.3.1).
7. Sur le plan sémantique ou conceptuel, l'élément verbal "PLUUS" contenu dans les deux marques ne revêt aucune signification dans l'une des quatre langues nationales. Il peut ainsi être compris comme une forme modifiée du terme "plus". En tant qu'adverbe, ce mot est notamment utilisé pour indiquer un degré, une quantité ou une valeur supérieure. Le substantif "plus" indique que quelque chose constitue une amélioration, quelque chose de mieux (cf. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/plus/61811>, consulté le 23.09.2021). La croix contenue dans la marque opposante représente, au vu de l'élément verbal "PLUUS", le signe de l'addition et renforce ainsi la signification du terme "PLUUS". Quant au symbole *registered* ® dans la marque opposante, il sert uniquement à indiquer que le signe est enregistré en tant que marque et n'a aucun incident sur la compréhension du signe. En résumé, les signes en litige coïncident également sur le plan conceptuel.

8. 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. Une telle atteinte est donnée lorsqu'il y a un danger que le public concerné soit induit en erreur par la similitude des marques et attribue les produits portant 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).
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 l'occurrence, nous sommes en présence de produits et de services des classes 9, 38 et 42. En ce qui concerne les produits de la classe 9, il s'agit généralement de produits qui peuvent être destinés à des spécialistes mais aussi à un large public. Ces produits sont acquis avec une certaine régularité mais ne sont toutefois pas des articles de consommation quotidienne. Ainsi, il est raisonnable d'admettre qu'ils font l'objet d'un degré d'attention (légèrement) élevé de la part du consommateur (cf. arrêt du TAF B-8028/2010, consid. 4.1.1., 4.2.1 - SWISSVIEW (fig.) / VIEW; arrêt du TAF B-3663/2011, consid. 4.2.1 - INTEL INSIDE, intel inside (fig.) / GALDAT INSIDE). Le degré d'attention est considéré comme étant légèrement élevé à élevé pour les services de la classe 42 tels que la recherche scientifique et industrielle ou les services en rapport avec la technologie, la planification, le développement de hardware et software, la programmation (TAF, B-3012/2012, cons. 4.2.1 - PALLAS / Pallas Seminare (fig.); TAF, B-6573/2016, cons. 5 - Apple (fig.) / ADAMIS GROUP (fig.)). Quant aux services de télécommunications de la classe 38, il sied de relever qu'ils s'adressent principalement à un public privé, consommateur habitué de médias. Toutefois, ces services sont également utilisés à des fins professionnelles et ainsi destinés à un public spécialisé et professionnel. Il convient dès lors de s'attendre à un degré d'attention et à une capacité de distinction légèrement plus élevée (cf. arrêt du TAF B-450/2017, consid. 4 - FM1 (fig.) / 1.FM).
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. 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 (Directives, partie 6, ch. 6.7).
6. En l'espèce, les signes en litige coïncident sur l'unique élément verbal de la marque opposante, à savoir "PLUUS". Selon la pratique constante de l'Institut, le terme "plus" est en principe refusé à l'enregistrement, car il est considéré comme une indication de qualité. En outre, il peut être perçu, dans un contexte concret, comme une indication descriptive dans le sens de « plusieurs » ou de « complément » (cf. aide à l'examen des marques [PH], disponible sous <https://ph.ige.ch>, consulté le 23.09.2021). Cependant, en cas d'ajout de

lettres à une indication descriptive, il est possible que le signe acquière un caractère distinctif (Directives, partie 5, ch. 4.4.9.2). Dans le cas d'espèce, compte tenu que le terme "plus" est court, la répétition de la voyelle "U" est facilement reconnaissable et a un effet notable sur le plan visuel. Il ne s'agit en outre pas d'une répétition usuelle, servant par exemple à renforcer la signification du mot. Cette répétition influence ainsi de manière significative l'impression générale de cet élément et lui confère un caractère distinctif. L'élément graphique, qui est dans ce contexte compris comme le signe d'addition (cf. III. C. ch. 7 ci-dessus), ne permet pas d'occulter le mot "PLUUS"; au contraire, il souligne la signification de cet élément verbal. Ce dernier représente ainsi un élément indépendant et essentiel de la marque antérieure. Sur la base de ce qui précède, il sied de retenir que l'élément "PLUUS" et la marque opposante appréciée dans son ensemble disposent d'un caractère distinctif et par conséquent d'un champ de protection normaux.

7. Selon la doctrine et la jurisprudence constante, la reprise complète d'une marque ou d'un de ses éléments essentiels engendre une similarité des signes et est de nature à fonder un risque de confusion (cf. par exemple TAF, B-8468/2010, consid. 6.2 – *TORRES / TORRE SARACENA*; TAF, B-4151/2009, consid. 8.3 – *GOLAY / Golay Spierer* (fig.)). On rappellera également que le fait d'ajouter et d'enlever des éléments à l'élément distinctif principal d'une marque est insuffisant à éviter un risque de confusion s'ils ne sont pas aptes à modifier de manière sensible et déterminante le signe considéré dans son ensemble et si les marques continuent de concorder dans leurs éléments essentiels (Directives, partie 6, ch. 6.3 et références jurisprudentielles citées).
8. En l'occurrence, la marque attaquée reprend l'unique élément verbal et qui dispose d'un champ de protection normal de la marque opposante, ce qui engendre inévitablement une forte similarité entre les signes en litige. Le fait que la marque attaquée ne reprenne pas l'élément graphique ne suffit pas à atténuer la similarité existante, car sur le plan auditif, la présentation graphique ne joue aucun rôle. Le signe attaqué ne combine ce mot "Pluus" avec aucun autre élément verbal ou graphique, de sorte à lui conférer une autre impression d'ensemble et par conséquent exclure un risque de confusion entre les deux marques en litige. Les marques coïncident ainsi dans leur élément essentiel et le consommateur peut aisément confondre les marques, et ceci même pour les produits et services qui requièrent un degré d'attention supposé plus élevé.
9. L'opposition n° 102033 est donc partiellement bien fondée et l'enregistrement de la marque suisse attaquée n° 759353 - "Pluus" est révoquée en application de l'art. 33 LPM pour les produits et services suivants:

Classe 9: Appareils et instruments scientifiques, de recherche, de navigation, géodésiques, photographiques, cinématographiques, audiovisuels, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de détection, d'essai, d'inspection, de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande de la distribution ou de la consommation d'électricité; appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement de sons, d'images ou de données; supports enregistrés ou téléchargeables, logiciels, supports d'enregistrement et de stockage numériques ou analogues vierges; caisses enregistreuses, dispositifs de calcul; ordinateurs et périphériques d'ordinateurs.

Classe 38: tous les services revendus.

Classe 42: tous les services revendus.

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) (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 (Directives, Partie 1, ch. 7.3.2.2).
4. L'opposition est admise dans sa très grande majorité, à savoir pour environ 4/5 des produits et services attaqués. La procédure a nécessité un seul échange d'écriture et il n'y a pas de raison de s'écarter de la pratique citée. En application des critères mentionnés ci-dessus, l'Institut considère raisonnable d'allouer CHF 1'200.00 à titre de dépens à la partie opposante. Par ailleurs, il convient de mettre à la charge de la partie défenderesse le remboursement à la partie opposante de la taxe d'opposition de CHF 800.00. Au total, la partie opposante obtient une indemnisation de CHF 2'000.00.

Pour ces motifs, il est

décidé:

1.

L'opposition n° **102033** est partiellement admise.

2.

L'enregistrement de la marque suisse n° **759353** - "**Pluus**" est révoqué pour les produit et service suivants:

Classe 9: Appareils et instruments scientifiques, de recherche, de navigation, géodésiques, photographiques, cinématographiques, audiovisuels, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de détection, d'essai, d'inspection, de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande de la distribution ou de la consommation d'électricité; appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement de sons, d'images ou de données; supports enregistrés ou téléchargeables, logiciels, supports d'enregistrement et de stockage numériques ou analogues vierges; caisses enregistreuses, dispositifs de calcul; ordinateurs et périphériques d'ordinateurs.

Classe 38: tous les services revendus.

Classe 42: tous les services revendus.

3.

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

4.

Il est mis à la charge de la partie défenderesse le paiement à la partie opposante de CHF 2'000.00 à titre de dépens (y compris le remboursement de la taxe d'opposition).

5.

La présente décision est notifiée par écrit aux parties.

Berne, le 28 septembre 2021

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées



Lucie Bapst

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).