

Décision Procédure d'opposition n° 103446 dans la cause

Yara International ASA
Drammensveien 131,
P.O. Box 343,
Skøyen
0213 Oslo
NO-Norvège

Partie opposante

représentée par

PRINS Intellectual Property SA
Case postale 1767
1211 Genève 26

enregistrement international n° 921295 - ((fig.))



contre

UNIBA TARIM SANAYI VE TICARET ANONIM SIRKETI
AOSB 3.kisim Mahallesi 30.Cadde
No:29 Döşemealti
Antalya
TR-Turquie

Partie défenderesse

enregistrement international n° 1718265 - uniBa



L'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (ci-après : Institut) en application des art 31 ss en relation avec l'art. 3 de la loi fédérale du 28 août 1992 sur la protection des marques et des indications de provenance (LPM, RS 232.11), des art. 20 ss de l'ordonnance du 23 décembre 1992 sur la protection des marques et des indications de provenance (OPM, RS 232.111), des art. 1 ss de l'ordonnance de l'IPI du 2 décembre 2016 sur les taxes (OTa-IPI, RS 232.148), ainsi que des art. 1 ss de la loi fédérale du 20 décembre 1968 sur la procédure administrative (PA, RS 172.021),

considérant :

I. Faits et procédure

1. L'enregistrement international n° 1718265 - "uniBa" (ci-après : la marque attaquée) a été publié le 16.03.2023 dans la Gazette des marques internationales Nr. 9/2023. Il revendique les produits suivants:
Classe 1 : Produits chimiques à usage industriel, scientifique, photographique, agricole, horticole et sylvicole; engrais et terres; résines artificielles à l'état brut et matières plastiques à l'état brut; compositions extinctrices; adhésifs autres qu'à usage médical, ménager et pour la papeterie.
2. En date du 29.06.2023, la partie opposante a formé opposition totale à l'encontre de cet enregistrement.
3. L'opposition se fonde sur l'enregistrement international n° 921295 "((fig.))" (ci-après : la marque opposante), enregistré pour les produits et services suivants :
Classe 1 : Produits chimiques destinés à l'agriculture, l'horticulture et la sylviculture; engrais pour les terres.
4. Le 06.07.2023, l'Institut a émis à l'encontre de l'enregistrement international attaqué une notification de refus provisoire total de protection sur motifs relatifs. 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 23.10.2023, l'Institut a émis une décision de clôture de la procédure d'instruction, la partie défenderesse n'ayant pas indiqué un domicile de notification en Suisse ni désigné un mandataire suisse dans le délai imparti.
6. Les arguments développés par la partie opposante seront repris dans la mesure où ils sont pertinents.

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 05.10.2022. La marque opposante est antérieure car elle a été enregistrée dans le registre international le 21.03.2007 avec une priorité au sens de l'art. 7 al. 1 LPM fondée sur la marque norvégienne n° 200702692 au 07.03.2007. 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} du Règlement d'exécution du Protocole relatif à l'Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques (Rex ; 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

1. Des produits 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 revendus 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 (Directives, Partie 6, ch. 6.1 et ss).

2. La marque attaquée revendique les produits suivants :

Classe 1 : Produits chimiques à usage industriel, scientifique, photographique, agricole, horticole et sylvicole; engrais et terres; résines artificielles à l'état brut et matières plastiques à l'état brut; compositions extinctrices; adhésifs autres qu'à usage médical, ménager et pour la papeterie.

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

Classe 1 : Produits chimiques destinés à l'agriculture, l'horticulture et la sylviculture; engrais pour les terres.

4. Les produits contestés « *Produits chimiques à usage agricole, horticole et sylvicole* » ne diffèrent de ceux figurant dans le libellé de la marque opposante que dans leur formulation (« ... à usage... » contre « ... destinés à ... »). Ces deux formulations sont de toute évidence synonymes. L'identité doit ainsi être retenue.

Les « *engrais* » attaqués sont d'apparence plus large que les « *engrais pour les terres* » de la marque opposante. Les engrais étant par définition destinés à être mêlés à de la terre (cf. définition du mot « engrais », in : Le Petit Robert de la langue française [<https://dictionnaire.lerobert.com/definition/engrais> ; consulté le 20 février 2024]), force est ici également de retenir l'identité.

Les produits contestés « *terres* » se définissent notamment par l'élément où poussent les végétaux (cf. Le Petit Robert de la langue française [<https://dictionnaire.lerobert.com/definition/engrais> ; consulté le 20 février 2024]), servant ainsi de support de culture à leur croissance. Ces produits sont similaires aux « *engrais pour les terres* » de la marque opposante parce que, dans les deux cas, ils ont pour fonction d'accélérer et augmenter la croissance des végétaux ou simplement permettre leur croissance. Ils sont vendus dans les mêmes points de vente (p. ex. magasins spécialisés dans l'horticulture ou le jardinage ; cf. https://www.landi.ch/fr/shop/terres_1001, https://www.landi.ch/fr/shop/engrais_1002, consultés le 20 février 2024), peuvent avoir la même origine (cf. p. ex. <https://www.terresuisse.ch/fr/categorie-produit/privat/online-verfuegbar/>, consulté le 20 février 2024) et s'adresser à un même public.

S'agissant des « *produits chimiques à usage scientifique* », l'Institut est d'avis qu'ils couvrent la recherche dans le domaine des sciences agricoles, par exemple la recherche sur des engrais ou des produits phytosanitaires, y compris leur effet sur l'environnement. Dans cette mesure, la similarité doit être retenue, étant donné que ces produits sont clairement substituables, pour ne pas dire les mêmes. En tant que les produits en cause ne sont pas destinés à la recherche dans le domaine agricole, l'Institut ne saurait retenir qu'une similarité éloignée. Ces produits peuvent certes provenir des mêmes entreprises ; ils peuvent s'avérer substituables et s'adresser dans une certaine mesure aux mêmes destinataires (chercheurs). Ils ne sont en revanche guère proposés via les mêmes canaux de distribution.

En raison du caractère large du terme « industrie », dont les frontières avec l'agriculture peuvent s'avérer floues, l'Institut considère que les considérations mentionnées ci-dessus s'agissant des produits chimiques à usage scientifique peuvent être reprises mutatis mutandis dans le contexte des produits chimiques à usage industriel.

En revanche, les produits contestés « *Produits chimiques à usage photographique* » désignent des substances synthétiques spécifiquement destinées à des usages dans des domaines différents de ceux de la marque opposante qui désigne des substances synthétiques spécifiquement destinées à des usages dans les domaines agricole, horticole et sylvicole. Les produits chimiques de la marque opposante n'ont pas de vocation particulière à s'appliquer au secteur photographique. Ces produits répondent à des besoins différents, ne s'adressent pas aux mêmes destinataires ni ne sont vendus par les mêmes canaux de

distribution et ne sont pas substituables. Il ne s'agit donc pas de produits similaires.

Les produits contestés « *résines artificielles à l'état brut et matières plastiques à l'état brut; compositions extinctrices; adhésifs autres qu'à usage médical, ménager et pour la papeterie* » désignent respectivement des résines et matières plastiques brutes, des substances chimiques destinées à éteindre un foyer d'incendie et des substances capables d'assembler deux surfaces en contact. Ces produits ne présentent pas les mêmes nature, fonction et destination que les « *produits chimiques destinés à l'agriculture, l'horticulture et la sylviculture* » de la marque opposante. Ils ne sont pas non plus vendus par les mêmes canaux de distribution, n'ont pas les mêmes fournisseurs et destinataires et ne sont pas substituables. Il ne s'agit donc pas de produits similaires.

5. Il est à constater que les produits en question sont en partie identiques, en partie similaires, en partie faiblement similaire et en partie différents.
6. 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 suivants, faute de similarité (Directives, Partie 6, ch. 6.5) :

Classe 1 : Produits chimiques à usage photographique ; résines artificielles à l'état brut et matières plastiques à l'état brut; compositions extinctrices; adhésifs autres qu'à usage médical, ménager et pour la papeterie.

7. Pour les produits restants, à savoir « *Produits chimiques à usage industriel, scientifique, agricole, horticole et sylvicole; engrais et terres* », l'identité, respectivement 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 figurative avec une marque combinée.
3. S'agissant des marques figuratives, la similarité est déterminée par l'effet visuel et par le sens. La reprise du motif abstrait est autorisée, pour autant que la marque attaquée consiste en une représentation propre et autonome du même motif et non en une simple variation ou adaptation de la marque opposante. L'impression d'ensemble et les éléments frappants sont déterminants (Directives, Partie 6, ch. 6.3.2).
4. S'agissant des signes combinés, il faut examiner au cas par 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).
5. La marque opposante est une marque figurative qui se présente comme suit :



Elle est composée d'un rectangle posé sur la pointe et orienté vers la droite, dont la partie inférieure est noire ; au-dessus figurent une alternance de lignes courbes concentriques blanches et noires, dont la configuration est caractéristique d'une empreinte digitale partielle. Il n'y a pas de revendication de couleur.

6. La marque attaquée est une marque combinée qui se présente comme suit :



Elle est répertoriée à l'OMPI en tant que « uniBa ». L'Institut relève que la saisie d'une demande de marque dans le système informatique est de nature purement technique et administrative. Elle ne dit rien sur l'étendue de la protection et ne peut pas non plus être utilisée pour obtenir des informations sur la compréhension du signe. Seule la représentation du signe figurant au registre est déterminante pour la perception d'un signe ou pour la comparaison des signes (Directives, Partie 2, ch. 3.2.2 et Partie 6, ch. 6.3).

La marque attaquée est composée d'une partie figurative sur la partie gauche du signe, représentant le dessin d'une empreinte digitale orientée vers la gauche. Sur la partie droite du signe se trouve un élément verbal dont les lettres initiales « uni » et la lettre finale « a » sont écrites en minuscules dans une typographie banale et en gras. La lettre « B » est en majuscule avec des traits horizontaux et apparaît deux fois, la seconde faisant penser à l'ombre de la première. Conformément à la revendication de couleur « Noir et vert », les éléments verbaux et figuratifs sont représentés dans ces deux couleurs.

7. Sur le plan visuel, la marque attaquée comporte un dessin d'empreinte digitale et coïncide avec la marque opposante dans la mesure où cette dernière présente une alternance de lignes dont la configuration est caractéristique d'une empreinte digitale partielle. Il y a donc concordance dans le motif de base. Toutefois, la forme concrète de cet élément est clairement différente dans le cas du signe attaqué, car l'empreinte digitale est complète et représentée de manière fidèle et usuelle, alors que la marque antérieure est essentiellement marquée par la représentation d'un rectangle à l'intérieur figurent des lignes irrégulières et concentriques au-dessus d'une partie noire, la configuration de ces lignes étant caractéristique d'une empreinte digitale partielle. Il est également à relever que les signes opposés diffèrent dans la mesure où le signe contesté comprend un élément verbal.
8. Sur le plan auditif, les signes ne présentent pas de similarité du fait que la marque opposante qui est un signe purement figuratif n'est pas prononcée et n'a donc pas d'effet auditif.
9. Comme le destinataire moyen de la marque retravaille 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).
10. Sur le plan sémantique, l'élément verbal compris dans la marque attaquée – qu'il soit perçu en tant que « uniBa » ou « uniBBa » - n'a pas de signification dans les langues d'examen (cf. les ouvrages de référence pertinents : Le Petit Robert de la langue française, disponible sous : <https://dictionnaire.lerobert.com/> ; DUDEN, disponible sous : <https://www.duden.de/woerterbuch> ; SAPERE, disponible sous : <https://www.sapere.it/sapere/dizionario.html> ; Grand Robert & Collins, disponible sous : <https://grc.lerobert.com>, consultés le 20 février 2024) ; le public visé le percevra comme un mot fantaisiste n'ayant aucun sens clairement identifiable. Le signe contesté a dès lors un contenu sémantique que le signe opposant n'a pas puisqu'il s'agit d'une marque purement figurative.

Sur le plan conceptuel, étant donné que la marque opposante présente une alternance de lignes dont la

configuration est caractéristique d'une empreinte digitale partielle (cf. consid. 5 ci-avant) et que la marque attaquée comprend un dessin d'empreinte digitale, une certaine similarité conceptuelle peut être retenue dans cette mesure.

11. Au vu de ce qui précède, il convient de retenir l'existence de similitudes visuelle et conceptuelle 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). En l'espèce, une partie des produits en cause étant identiques, il sied d'apprécier le risque de confusion avec une rigueur particulière pour ceux-ci. Pour les autres produits qui sont similaires, l'effet interactif est neutre. Pour les produits en lien avec lesquels un faible degré de similarité est retenu, il convient alors de considérer que des différences moindres entre les signes opposés suffiront déjà à exclure tout risque de confusion.
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, les produits de la classe 1 sont des produits chimiques qui s'adressent en particulier aux professionnels, raison pour laquelle ils sont achetés avec une attention accrue (cf. Décision de l'Institut dans la procédure d'opposition n° 102374, consid. III. D. 2 – AXPO / aXpel [fig.], disponible dans l'Aide à l'examen de l'Institut sous : www.ige.ch).
5. Le champ de protection d'une marque se détermine par sa force distinctive, 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, la marque opposante représente un rectangle avec une partie noire et une alternance de lignes courbes concentriques blanches et noires, dont la configuration est caractéristique d'une empreinte digitale partielle (cf. consid. III. C. 5). La représentation figurative concrète n'est ni directement descriptive ni usuelle en relation avec les produits déterminants en l'espèce, à savoir des produits chimiques destinés à l'agriculture, l'horticulture et la sylviculture ainsi que des engrais. La marque opposante dispose donc d'une force distinctive et d'un champ de protection normaux.
7. En ce qui concerne l'étendue de la protection d'une marque figurative, il est toutefois à relever qu'elle est toujours limitée dans la mesure où le risque de confusion ne doit pas être admis sur la seule base du risque d'association entre les signes figuratifs en raison de la concordance du motif figuratif (cf. TAF B-264/2017,

consid. 6.4 - Winkel [fig.] / Winkel [fig.] avec renvois). Il n'y a dans ce contexte ainsi pas de protection du motif abstrait qui se dégage du signe antérieur (cf. TF 4A_651/2018, consid. 3.4.1 – Armani [fig.] / Glycine [fig.]). Ce qui est déterminant à cet égard, c'est que la marque attaquée se présente comme une création autonome du même motif et non pas simplement comme une variation ou une adaptation de la marque antérieure (cf. TAF B-1494/2011, consid. 5.2 – HERITAGE BANK & TRUST [fig.], BANQUE HERITAGE [fig.] / MARCUARD HERITAGE [fig.]). Si la marque contestée se présente uniquement comme une variation, un traitement ou une modernisation de la marque antérieure, au lieu de donner à l'observateur un effet visuel autonome, le risque de confusion doit en général être admis (cf. TAF B-6628/2019, consid. 2.3.2 – « Polospieler » [fig.] / U.S.A.POLO.SPORT.COMPANY Since 1870 [fig.]; SCHLOSSER Ralph / MARADAN Claudia in : De Werra Jacques, Gilliéron Philippe (édit.), *Commentaire romand de la propriété intellectuelle*, Bâle 2013, art. 3 LPM N 118). Le Tribunal administratif fédéral a ainsi retenu que la représentation d'une empreinte d'animal dans deux marques ne conduit pas à elle seule à retenir l'existence d'un risque de confusion (cf. TAF B-789/2007, consid. 7 – « Pfofenabdruck » [fig.] / Tuc Tuc [fig.]).

8. En l'espèce, les signes ne coïncident que par le motif abstrait d'une empreinte digitale. Il existe toutefois des différences significatives dans la représentation de ce motif qui se dégage des signes opposés. En effet, la marque attaquée montre une empreinte digitale clairement dessinée alors que la marque opposante représente un rectangle à l'intérieur duquel sont représentées des lignes irrégulières et concentriques dont la configuration est caractéristique d'une empreinte digitale partielle (cf. consid. III. C. 5). Les représentations des deux signes sont toutefois réalisées dans des styles et agencements nettement différents. La marque opposante se caractérise par un rectangle, posé sur la pointe, orienté vers la droite et dont la partie inférieure est remplie en noir. L'élément figuratif de la marque attaquée est orienté vers la gauche et présenté de manière autonome. La marque attaquée ne reprend pas intégralement la marque opposante, mais uniquement son motif abstrait, et la complète en outre par un élément verbal distinctif. Par conséquent, l'image globale de la marque attaquée diverge de celle de la marque opposante en raison des différences mentionnées précédemment.
9. En résumé, il convient de constater que l'impression visuelle des deux signes est éloignée. Il n'existe pas non plus de concordance dans l'autre élément du signe attaqué, à savoir l'élément verbal « uniBa » (ou « uniBBa »), qui est fantaisiste et particulièrement marquant. Le seul point commun entre les signes est le motif abstrait d'une empreinte digitale, ce qui n'est pas de nature à fonder un risque de confusion. Dès lors, la marque attaquée ne sera pas perçue par le public pertinent comme une simple variation ou adaptation de la marque opposante (cf. TAF B-6573/2016, consid. 7 – Apple [fig.] / ADAMIS GROUP [fig.]) ; *a contrario* TAF B-2387/2023, consid. 7.2 – [Raubtierkopf] (fig.) / [Tigerkopf] (fig.) ; TAF B-6628/2019, consid. 5.4 – « Polospieler » [fig.] / U.S.A.POLO.SPORT.COMPANY Since 1870 [fig.]). Il convient donc de dénier un risque de confusion même en tenant compte du critère strict imposé par l'identité d'une partie des produits en cause.
10. L'opposition n° 103446 est donc mal fondée.

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 (Directives, Partie 1, ch. 7.3.2.2).
4. L'opposition est rejetée dans son intégralité. L'opposition est dirigée contre un enregistrement international et la partie défenderesse n'a pas désigné de domicile de notification en Suisse. En application des critères mentionnés ci-dessus, elle est exclue de la procédure et ne se voit pas non plus allouer de dépens. La taxe d'opposition est supportée par l'opposante.

Pour ces motifs, il est

décidé:

1.

La partie défenderesse est exclue de la présente procédure.

2.

L'opposition n° **103446** est rejetée.

3.

L'Institut émettra une déclaration d'octroi total de la protection selon la Règle 18^{ter}2) i) Rex dès l'entrée en force de la présente décision.

4.

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

5.

Il n'est pas alloué de dépens.

6.

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} Rex.

Berne, le 21 février 2024

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.



Cédric Freymond

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).