

Décision Procédure d'opposition n° 103554 dans la cause

bioMérieux

69280 Marcy-l'Étoile
FR-France

Partie opposante

représentée par

Novagraaf Switzerland SA
Chemin de l'Echo 3
1213 Onex

enregistrement international n° 1431374 - CASA

contre

Fertility Health AG
Birmensdorferstrasse 123
8003 Zürich

Partie défenderesse

représentée par

PRINS Intellectual Property AG
Postfach 1739
8027 Zürich

Marque suisse n° 797818 - Cada

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 sur la protection des marques et des indications de provenance (LPM, RS 232.11), des art. 20 ss de l'ordonnance sur la protection des marques et des indications de provenance (OPM, RS 232.111), des art. 1 ss de l'ordonnance de l'IPI sur les taxes (OTa-IPI, RS 232.148), ainsi que des 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° 797818 - "Cada" (ci-après : la marque attaquée) a été publiée le 24.05.2023 dans Swissreg. Elle revendique entre autres les produits suivants :
Classe 5 : Medizinische Produkte für medizinische Zwecke basierend auf der Messung von physiologischen Daten; medizinisch-diagnostische Teststreifen; Testreagenzien für medizinische Zwecke; medizinisch-diagnostische Teststreifen zur Messung der Blutwerte, insbesondere Hormonwerte; Präparate zur Erhöhung der Fertilität.
Classe 10 : Medizinische Mess-, Diagnose- und Analysegeräte; Medizinische Mess-, Diagnose- und Analysegeräte zur Messung der Daten des menschlichen Körpers; Mess-, Diagnose- und Analysegeräte für medizinische Zwecke im Zusammenhang mit Fortpflanzungsmedizin und zum Monitoring der Fertilität; medizinische Apparate und Geräte zur Messung der Basaltemperatur; medizinische Apparate und Geräte zur Aufbewahrung von Stammzellen, Lebendzellen und Eizellen.
2. En date du 24.08.2023 la partie opposante a formé opposition partielle à l'encontre de cet enregistrement dans la mesure des produits précités.
3. L'opposition se fonde sur l'enregistrement international n° 1431374 "CASA" (ci-après : la marque opposante), enregistré pour les produits suivants :
Classe 1 : Produits chimiques destinés à la recherche, à l'industrie et aux sciences ; produits chimiques à savoir milieux de culture, géloses, solutions et réactifs chimiques à usage industriel, pour la recherche et à usage scientifique.
Classe 5 : Produits chimiques à savoir milieux de culture, géloses, solutions et réactifs chimiques à usage pharmaceutique, médical et vétérinaire.
4. Par courrier du 24.08.2023, la partie opposante a demandé la suspension immédiate de la procédure d'opposition.
5. Le 25.08.2023, l'Institut a pris note de l'opposition, ainsi que de la requête de suspension déposée peu après par la partie opposante. L'Institut a imparti à la partie défenderesse un délai au 01.09.2024 pour se prononcer sur la demande de suspension.
6. Par courrier du 28.08.2023, la partie défenderesse a déclaré son consentement à la suspension de l'opposition.
7. Le 28.08.2023, l'Institut a prononcé la suspension de la procédure pour une durée indéterminée.
8. Par courrier du 29.12.2023, la partie opposante a requis la levée de la suspension.
9. Le 03.01.2024, l'Institut a levé la suspension de la procédure et a émis une décision impartissant un délai à la partie défenderesse pour présenter une prise de position.
10. Le 06.04.2024, la partie défenderesse n'ayant pas utilisé le délai (prolongé) qui lui était imparti pour présenter une prise de position, l'Institut a émis une décision de clôture de la procédure d'instruction.
11. Par courrier du 17.04.2024, la partie défenderesse a déposé une demande de restitution de délai du 16.04.2024, en faisant valoir l'incapacité de travail de son mandataire pour raison de maladie.
12. Le 17.04.2024, l'Institut a rejeté de la demande de restitution du délai du 16.04.2024 et le maintien de la décision de clôture de la procédure d'instruction. La partie défenderesse a néanmoins été rendue attentive au fait qu'elle gardait la possibilité de faire valoir ses remarques à l'opposition, lesquelles seraient alors qualifiées de tardives et prises en considération conformément à l'art. 32 al. 2 PA.
13. Les arguments de la partie opposante, dans la mesure où ils sont 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 11.01.2023. La marque opposante est antérieure car elle a été enregistrée dans le registre international le 18.09.2018. 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

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 revendiqués relèvent de la même classe selon la classification 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. L'opposition vise les produits suivants de la marque attaquée :

Classe 5 : Medizinische Produkte für medizinische Zwecke basierend auf der Messung von physiologischen Daten; medizinisch-diagnostische Teststreifen; Testreagenzien für medizinische Zwecke; medizinisch-diagnostische Teststreifen zur Messung der Blutwerte, insbesondere Hormonwerte; Präparate zur Erhöhung der Fertilität ;

Classe 10 : Medizinische Mess-, Diagnose- und Analysegeräte; Medizinische Mess-, Diagnose- und Analysegeräte zur Messung der Daten des menschlichen Körpers; Mess-, Diagnose- und Analysegeräte für medizinische Zwecke im Zusammenhang mit Fortpflanzungsmedizin und zum Monitoring der Fertilität; medizinische Apparate und Geräte zur Messung der Basaltemperatur; medizinische Apparate und Geräte zur Aufbewahrung von Stammzellen, Lebendzellen und Eizellen.

3. La marque opposante est enregistrée pour les produits suivants :

Classe 1 : Produits chimiques destinés à la recherche, à l'industrie et aux sciences ; produits chimiques à savoir milieux de culture, géloses, solutions et réactifs chimiques à usage industriel, pour la recherche et à usage scientifique ;

Classe 5 : Produits chimiques à savoir milieux de culture, géloses, solutions et réactifs chimiques à usage pharmaceutique, médical et vétérinaire.

4. Classe 5 :

Les produits contestés « *medizinische Produkte für medizinische Zwecke basierend auf der Messung von physiologischen Daten ; Präparate zur Erhöhung der Fertilität* » présentent des points de contact avec les produits de la marque opposante « produits chimiques à savoir [...], solutions [...] chimiques à usage pharmaceutique, médical et vétérinaire ». En effet, les produits médicaux à usage médical basés sur le mesure de données physiologiques et les préparations pour augmenter la fertilité sont des produits et

solutions d'origine chimique destinés à agir médicalement sur l'organisme humain ou animale, tels qu'entendu dans le libellé de la marque opposante « produits chimiques à savoir [...] solutions [...] chimiques à usage pharmaceutique, médical et vétérinaire ». ¹ Dans les deux cas, il s'agit de produits destinés à un usage médical, donc présentant une même finalité et un même contexte d'utilisation. Les lieux de vente et les voies de distribution sont généralement identiques pour ces produits. Il convient donc de retenir dans cette mesure la forte similarité des produits. Il n'est au demeurant pas impossible de considérer que les produits chimiques à usage pharmaceutique, médical et vétérinaire constitue une indication plus générale sous laquelle tombe les produits contestés précités, de sorte qu'il faudrait alors admettre l'identité des produits.

Les produits contestés « *medizinisch-diagnostische Teststreifen; Testreagenzien für medizinische Zwecke; medizinisch-diagnostische Teststreifen zur Messung der Blutwerte, insbesondere Hormonwerte* » sont compris dans le libellé plus large de la marque opposante « produits chimiques, à savoir [...] réactifs chimiques à usage pharmaceutiques, médical et vétérinaire », dans la mesure où il est question de dispositifs médicaux de diagnostic destinés à être utilisés pour l'examen d'échantillons et dans le but de fournir une information. Les réactifs de tests et bandelettes de test sont des réactifs chimiques utilisés à des fins de diagnostic médical, donc ces produits présentent une concordance évidente avec les produits de la marque opposante quant à leur nature, leur utilisation et leur finalité. ² Il convient de retenir l'identité des produits.

5. Classe 10 :

Les produits contestés de la classe 10 « *Medizinische Mess-, Diagnose- und Analysegeräte; Medizinische Mess-, Diagnose- und Analysegeräte zur Messung der Daten des menschlichen Körpers; Mess-, Diagnose- und Analysegeräte für medizinische Zwecke im Zusammenhang mit Fortpflanzungsmedizin und zum Monitoring der Fertilität; medizinische Apparate und Geräte zur Messung der Basaltemperatur; medizinische Apparate und Geräte zur Aufbewahrung von Stammzellen, Lebendzellen und Eizellen* » sont à qualifier de similaires aux « produits chimiques [...] à usage pharmaceutique » en classe 5 de la marque opposante, conformément à la pratique et à la jurisprudence (cf. CREPI in sic! 2006, 86, consid. 4 – PROTEOS / PROTOS). En effet, la jurisprudence reconnaît la similarité entre les produits qui, dans leur usage, sont étroitement liés. Tel est le cas en l'espèce. Les appareils médicaux de mesure, de diagnostic et d'analyse sont utilisés conjointement aux « produits chimiques à savoir milieux de culture, géloses, solutions et réactifs chimiques à usage pharmaceutique, médical et vétérinaire », notamment en laboratoire pour réaliser les examens d'échantillons et établir un diagnostic médical. Il existe donc un lien étroit entre ces produits, dans la mesure où les appareils médicaux requiert l'usage complémentaires de produits chimiques dans l'établissement d'un diagnostic. En raison de la coopération logique qui existe entre ces deux groupes de produits, les destinataires s'attendent à ce que les produits de la classe 10 soient offerts par les mêmes prestataires que ceux de la classe 5. Ainsi, il convient de retenir la similarité des produits.

6. Il est à constater que les produits et services en question sont identiques, respectivement fortement similaires et « simplement » similaires et il convient de passer à l'examen des signes.

D. 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).

¹ Cf. Site de la Confédération suisse, Office fédéral de la santé publique (OFSP), disponible sous : <https://www.bag.admin.ch/bag/fr/home/medizin-und-forschung/heilmittel.html#:~:text=M%C3%A9dicaments%20%3A%20les%20produits%20d'origine%20chimique%20ou%20biologique,l'action%20principale%20n'est%20pas%20due%20%C3%A0%20un%20m%C3%A9dicament>, consulté le 20.06.2024.

² cf. Swissmedic, disponible sous : <https://www.swissmedic.ch/swissmedic/fr/home/dispositifs-medicaux/reglementation-des-dispositifs-medicaux/faq.html>, consulté le 20.06.2024.

2. En l'occurrence, il s'agit de comparer deux marques verbales, à savoir « CASA » pour le signe opposant et « cada » pour le signe attaqué.
 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. L'effet auditif est influencé par le nombre de syllabes, la cadence et la suite de voyelles. Une suite identique de voyelles est le fait que les signes opposés riment sont des indices en faveur de la similitude des marques. L'effet visuel dépend de la longueur des mots et de la similarité ou de la différence de caractères. Comme le début et la fin d'un mot s'imprègne très bien dans la mémoire, ces deux éléments revêtent une importance plus grande dans l'appréciation de l'effet auditif et de l'effet visuel que les syllabes médianes (Directives, Partie 6, ch. 6.3.1).
 4. Sur le plan visuel, les signes opposés se composent chacun d'un mot en quatre lettres. Conformément à la jurisprudence, il sied de rappeler que le fait que la marque opposante soit écrite en lettres majuscules, alors que la marque attaquée est écrite en lettres minuscules, n'est pas significatif en termes de caractère distinctif (cf. TAF B-4728/2014, consid. 5.3.1 – WINSTON/Wilson), car les lettres majuscules et minuscules ne marquent généralement pas l'impression d'ensemble (cf. TAF B-953/2013, consid. 2.3 – CIZELLO / SCIELO). Les signes coïncident visuellement sur toutes leurs lettres (**CASA** / **cada**), sous réserve de la troisième lettre, à savoir « S » pour le signe opposant et « d » pour le signe attaqué. En outre, étant donné que le début et la fin d'un signe s'imprègne davantage dans la mémoire, le début et la fin d'un signe revêt une plus grande importance dans l'appréciation de l'effet visuel (Directives, Partie 6, ch. 6.3.1 ; voir également à titre d'exemple TF 122 III 388, consid. 5a – Kamillosan / Kamillan, Kamillon). Il sied dès lors de retenir que les marques opposées présentent de fortes similitudes sur le plan visuel.
 5. Sur le plan auditif, la marque opposante présente deux syllabes (**CA-SA**). La marque attaquée présente également deux syllabes (**CA-DA**). Les marques opposées coïncident donc sur leur première syllabe (**CA**) éléments particulièrement caractérisant et important dans l'appréciation de l'effet auditif (voir ch. 4 ci-avant). Par ailleurs, la concordance sur la terminaison des signes en « a » est également un élément contributif à l'appréciation auditive de la similitude des signes. Ainsi, étant donné que les deux signes convergent quant à leur première syllabe et qu'elles présentent une même cadence et une même terminaison en « a », il y a lieu de retenir une forte similarité sur le plan phonétique entre les marques opposées.
 6. 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).
 7. Sur le plan sémantique et conceptuel, on relève que le signe de la marque opposante « CASA » relève du vocabulaire italien (« casa ») et se traduit usuellement en français par « maison » ou « domicile », tel un bâtiment construit essentiellement à des fins de logement.³ L'indication « maison » en français laisse généralement sous-entendre que les produits sont fabriqués « maison », autrement dit, que les produits sont « faits maison ». En italien, l'indication « fait maison » se traduit par « *fatti in casa* ». Il s'agit toutefois ici d'une allusion qui nécessite de toute évidence un certain effort de réflexion, dès lors que la seule indication « maison » ou « casa » ne saurait à elle seule déjà indiqué que le produit est « fait maison ».
- Par ailleurs, le signe de la marque attaquée « cada » n'a pas de sens dans les langues officielles d'examen, ni en anglais. Les institutions françaises généralement associées à l'acronyme « CADA » ne sont pas pertinentes au regard de la Suisse, et ne seront donc pas retenues dans l'examen sémantique des signes.⁴
- La comparaison sémantique et conceptuelle n'a donc pas d'influence sur les similitudes visuelles et phonétiques constatées.
8. Au vu de ce qui précède, il convient de retenir l'existence de fortes similitudes visuelles et auditives entre les signes et de déterminer si cette concordance est de nature à fonder un risque de confusion.

³ Cf. Dictionnaire Treccani, disponible sous : <https://www.treccani.it/enciclopedia/ricerca/casa/?search=casa>, consulté le 28.06.2024.

⁴ Cf. Recherche Wikipedia, disponible sous : <https://fr.wikipedia.org/wiki/CADA>, consulté le 28.06.2024.

E. 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 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, les produits en cause étant en partie identiques et en partie fortement similaires, il sied d'apprécier le risque de confusion avec une rigueur particulière. Pour les produits simplement similaires, l'interaction est en revanche neutre.
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 visés de la classe 5 concernent des produits médicaux et des préparations médicinales. La jurisprudence considère qu'ils sont généralement achetés avec un degré d'attention élevé (Directives, Partie 6, ch. 6.6 ; voir également TAF B-1760/2012, consid. 4.2 avec réf. – *ZURCAL / ZORCALA*). En ce qui concerne les produits visés de la classe 10, à savoir les appareils médicaux de mesure et de diagnostic, sont des appareils et instruments scientifiques qui s'adressent à des professionnels. Pour ces produits, le degré d'attention est donc supposé élevé.
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).
6. En l'espèce, la marque opposante « CASA » se traduit usuellement par « maison », ce qui laisse suggérer que les produits de la marque soient « fait maison », autrement dit, soient « *fatti in casa* » (voir ci-dessus, III., D., 7.). Toutefois, au regard des produits revendiqués par la marque opposante, il semble peu probable que le consommateur établisse cette analogie. En effet, compte tenu des produits invoqués par la marque opposante, notamment des « produits chimiques », « solutions chimiques » et « réactifs chimiques » à usage médical, pharmaceutique, vétérinaire, ou encore scientifique et industriel, il convient de retenir que le consommateur ne fera pas le lien entre le signe verbal « casa » et l'expression « *fatti in casa* ». Ces produits ne sont habituellement pas le résultat d'une « fabrication maison », autrement dit, d'une élaboration sur place par ses propres soins à partir de produits bruts, et non à travers des préparations développées en laboratoire. Le sens de « casa », tel que « maison » et les autres connotations qu'une telle indication incite, ne peut être retenue en relation avec les produits revendiqués. Il convient d'admettre qu'au regard des produits invoqués par la marque opposante, le signe « casa » sera davantage perçu comme un mot de fantaisie par le destinataire. Il convient donc de retenir que la marque opposante dispose d'une force distinctive et d'un champ de protection normaux en relation avec ces produits.
7. Les produits sont identiques, respectivement similaires, et les signes opposés sont fortement similaires visuellement et auditivement. En effet, le fait que les signes aient les lettres « C-A-A » en commun (« CASA » / « cada ») est un élément fort de convergence qui influence grandement l'impression d'ensemble et apparaît ainsi très proche. En outre, il est à noter que le début et la fin des signes sont identiques, ce qui est de nature à retenir plus facilement l'attention du consommateur. Dans ces circonstances, la simple

divergence constituée par la lettre « S » de la marque opposante et la lettre « d » de la marque attaquée, ne sont pas de nature à modifier l'impression d'ensemble. Cette divergence apparaît minime et peu perceptible par le consommateur, de sorte qu'elle ne présente quasiment aucun impact sur l'impression d'ensemble. Il est de l'avis de l'Institut que la mémoire du consommateur, par nature imparfaite, ne retiendra pas cette faible distinction, mais au contraire retiendra les éléments de convergences plus frappants.

8. Compte tenu du champ de protection normal de la marque opposante, de la similitude auditive et visuelle entre les signes, ainsi que de l'identité ou de la similarité des produits en cause, le consommateur pourra facilement confondre les deux marques, et ce malgré un degré d'attention élevé. En effet, les exigences relatives à la capacité des destinataires à se souvenir et à distinguer deux signes ne doivent pas être trop élevées. Un niveau d'attention élevé conduit effectivement à une mémoire plus aiguisée et peut rendre les différences entre les signes plus évidentes, mais il n'élimine pas la similitude entre les signes. Ainsi, en ayant en mémoire la marque opposante « CASA », l'acquéreur de produits offerts sous la marque attaquée « cada » pourra de toute évidence associer cette marque au même producteur des produits de la marque opposante. Enfin, du fait de l'identité, respectivement de la similarité des produits en cause, le signe postérieur doit davantage se distinguer du signe antérieur, ce qui n'est pas le cas en l'espèce. Il y a ainsi lieu d'admettre un risque de confusion direct entre les signes.
9. L'opposition n° 103554 est donc bien fondée et la marque suisse attaquée n° 797818 "Cada" est révoquée pour tous les produits des classes 5 et 10.

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. Si la partie n'est pas représentée ou si le mandataire se trouve dans un rapport de service avec la partie qu'il représente, l'Institut alloue un montant pour ses débours et autres frais en tant qu'ils dépassent CHF 50.00 (Directives, Partie 1, ch. 7.3.2.2).
4. L'opposition est admise dans son intégralité. La procédure a nécessité un seul échange d'écritures 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. Par ailleurs, il convient de mettre à la charge de la partie défenderesse le remboursement à la partie opposante de la taxe d'opposition. Au total, la partie défenderesse obtient une indemnisation de CHF 2'000.00.

Pour ces motifs, il est

décidé:

1.

L'opposition n° **103554** est admise.

2.

L'enregistrement de la marque suisse n° **797818"Cada"** sera révoqué pour les produits suivants:

Classe 5 : tous les produits revendus.

Classe 10: tous les produits 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).

6.

La présente décision est notifiée par écrit aux parties.

Berne, le 17 juillet 2024

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.



Stephanie Van Even

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).