

Décision

Procédure d'opposition n° 103980

dans la cause

AUTOMOBILE CLUB DE L'OUEST (A.C.O.)
Circuit des 24 Heures - 19 X,
F-72040 LE MANS CEDEX
FR-France

Partie opposante

représentée par

TRADAMARCA SA
Avenue du Prieuré 8
1009 Pully

enregistrement international n° 1235813 - 24h LE MANS



contre

Helvetic Motors Sàrl
Chemin des Pêchers 31
1185 Mont-sur-Rolle

By Motors Sàrl
Chemin des Eglantines, 6
1219 Châtelaine

Partie défenderesse

représentée par

Eversheds Sutherland Ltd
Rue du Marché 20
Case postale
1211 Geneva 3

Marque suisse n° 810028 - L LEMAN CARS ((fig.))



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 de la marque suisse n° 810028 - "L LEMAN CARS ((fig.))" (ci-après marque attaquée) a été publié le 14.02.2024 dans Swissreg. Il revendique entre autres les produits et services suivants:

Classe 3: Produits de nettoyage pour automobiles; produits de lustrage pour automobiles; préparations pour nettoyer les roues et pneumatiques d'automobiles; préparations nettoyantes pour roues et pneumatiques d'automobiles; préparations nettoyantes pour automobiles; préparations de nettoyage pour roues et pneumatiques d'automobiles; préparations de nettoyage pour automobiles; polymères de colmatage pour le nettoyage, le lustrage et la protection de surfaces extérieures d'automobiles; détergents pour automobiles; cires pour automobiles; préparations pour nettoyer les automobiles.

Classe 37: Services de vulcanisation de pneus automobiles (travaux de réparation); services de réparation ou d'entretien d'automobiles; services de réparation d'automobiles; services de protection anticorrosion d'automobiles; services de nettoyage minutieux d'automobiles; services de garages pour l'entretien et la réparation de véhicules automobiles; réparation ou entretien de automobiles; réparation ou entretien d'automobiles et mise à disposition d'informations s'y rapportant; réparation et entretien de véhicules automobiles et leurs parties ainsi que de moteurs pour véhicules automobiles et leurs parties; réparation et entretien de véhicules automobiles et leurs parties ainsi que de moteurs de véhicules automobiles et leurs parties; réparation et entretien de véhicules automobiles et leurs parties; réparation et entretien de véhicules automobiles et leurs moteurs; réparation et entretien de véhicules automobiles; réparation et entretien de systèmes de refroidissement de véhicules automobiles; réparation et entretien de moteurs pour véhicules automobiles; réparation et entretien d'automobiles et de leurs parties; réparation, entretien et révision complète d'automobiles; remise à neuf de moteurs d'automobiles; remise à neuf de groupes moteur d'automobiles; réglage de moteurs pour véhicules automobiles; personnalisation de moteurs pour automobiles; personnalisation de carrosseries d'automobiles; mise à disposition d'informations en matière de réparation ou d'entretien d'automobiles; lustrage d'automobiles; installation sur commande d'intérieurs d'automobiles; installation d'équipements électriques et électroniques dans des automobiles; inspection d'automobiles et de leurs parties avant entretien et réparation; entretien et réparation de véhicules automobiles et leurs parties; entretien et réparation de véhicules automobiles et leurs moteurs; entretien et réparation de véhicules automobiles et d'avions; entretien et réparation de véhicules automobiles; entretien et réparation de systèmes de refroidissement de véhicules automobiles; entretien et réparation de moteurs de véhicules automobiles; entretien et réparation d'automobiles; entretien de véhicules automobiles; dépannage d'automobiles; check-up d'automobiles, réparation ou maintenance demandés lors d'inspections d'automobiles; adaptation et personnalisation d'automobiles de série et de leurs moteurs; entretien d'automobiles.

Classe 39: Suivi de parcs automobiles à l'aide de dispositifs de localisation et navigation électroniques (informations en matière de transport); suivi de parcs automobiles à l'aide de dispositifs de localisation et navigation électroniques; services de remorquage d'assistance d'automobiles et de camions; services de remorquage d'assistance d'automobiles; services de récupération d'automobiles; services de location d'automobiles; location d'automobiles et de vélos; location d'automobiles; location d'automobiles et de bicyclettes; location de remorques pour automobiles; location de véhicules automobiles, de navires et d'aéronefs; mise à disposition d'informations par le biais d'Internet en rapport avec la location d'automobiles.

Classe 41: Organisation de courses automobiles.

2. Le 14.05.2024, la partie opposante a formé opposition partielle à l'encontre de cet enregistrement.
3. L'opposition se fonde sur l'enregistrement international n° 1235813 "24h LE MANS" (ci-après marque opposante), enregistré pour les produits et services suivants :

Classe 6: Métaux communs et leurs alliages; matériaux de construction métalliques; constructions transportables métalliques; matériaux métalliques pour les voies ferrées; glissières de sécurité métalliques pour routes; bornes routières métalliques non lumineuses et non mécaniques; tôles imprimées, plaques

émaillées, sabots de Denver; insignes en métal; câbles, fils et serrurerie métalliques non électriques; quincaillerie métallique; tuyaux métalliques; coffres-forts; minerais; constructions métalliques; échafaudages métalliques; boîtes en métaux communs; coffres métalliques; récipients d'emballage en métal; monuments funéraires métalliques; objets d'art en métaux communs; statues ou figurines (statuettes) en métaux communs; plaques d'immatriculation métalliques; plaques d'identité en métal; serrures pour véhicules; installation pour parquer les bicyclettes métalliques; objets d'art en bronze; vis et clous métalliques; coupes (récompenses) trophées en métal; capsules en métal; clés; anneaux métalliques pour clés; cadres métalliques ; tous les produits précités provenant de France.

Classe 9: Appareils et instruments scientifiques (autres qu'à usage médical), nautiques, géodésiques, photographiques, cinématographiques, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de contrôle (inspection), de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande du courant électrique; appareils pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement du son ou des images; supports d'enregistrement magnétiques, disques acoustiques ou optiques, disquettes souples; mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses, machines à calculer, équipement pour le traitement de l'information et les ordinateurs; extincteurs; périphériques d'ordinateurs; batteries électriques; détecteurs; vêtements de protection contre les accidents, les irradiations et le feu; dispositifs de protection personnelle contre les accidents; lunettes (optique); lunettes de soleil, lunettes de protection; articles de lunetterie; étuis à lunettes; appareils pour le diagnostic non à usage médical; cartes à mémoire ou à microprocesseur; bâches de sauvetage; clés USB; compte tours; contrôleurs de vitesse pour véhicules; enregistreurs kilométriques pour véhicules; agendas électroniques; instruments d'alarme; alcoomètres; batteries d'allumage; bornes routières lumineuses; boussoles; signaux de brouillard; cartouches de jeux vidéo; casques à écouteurs; ceintures de sauvetage; appareils de radio pour véhicules; disques réflecteurs individuels pour la prévention des accidents; filets de protection contre les accidents; niveaux d'essence; dispositifs de pilotage automatique pour véhicules, avertisseurs automatiques de perte de pression de pneumatiques; applications informatiques téléchargeables; casques de protection pour le sport; simulateurs pour la conduite ou le contrôle de véhicules; téléphones intelligents, magnets, tapis de souris, housses pour ordinateurs, étuis pour téléphones, coques pour téléphones, casques anti-bruits, dispositifs de protection contre le bruit; applications téléchargeables de divertissement, de sport et de visualisation de résultats sportifs; tous les produits précités provenant de France; logiciels de jeux; logiciels (programmes enregistrés).

Classe 12: Véhicules; appareils de locomotion par terre, par air ou par eau; moteurs pour véhicules terrestres; amortisseurs de suspensions pour véhicules; carrosseries; chaînes antidérapantes; châssis ou pare-chocs de véhicules; stores (pare-soleil) pour automobiles; ceintures de sécurité pour sièges de véhicules; véhicules électriques; caravanes; tracteurs; vélomoteurs; cycles; cadres, béquilles, freins, guidons, jantes, pédales, pneumatiques, roues ou selles de cycles; poussettes; chariots de manutention; chambres à air pour pneumatiques; dispositifs antiéblouissants pour véhicules; antivols pour véhicules; appuie-tête pour sièges de véhicules; capots pour automobiles; carrosseries pour automobiles; avertisseurs contre le vol des véhicules; avertisseurs de marche arrière pour véhicules; chambres à air pour bicyclettes; boîtes de vitesses pour véhicules terrestres; bouchons pour réservoirs à essence de véhicules; capotes de véhicules; couchettes pour véhicules; indicateurs de direction pour véhicules; moteurs électriques pour véhicules terrestres; sièges de sécurité pour enfants pour véhicules; enjoliveurs; essuie-glace; filets porte-bagages pour véhicules; charrettes de golf; harnais de sécurité pour sièges de véhicules; housses de véhicules; housses pour sièges de véhicules; housses pour volants de véhicules; moteurs pour véhicules terrestres; bandes de roulements pour le rechapage des pneus; pompes à air (accessoires de véhicules); attelages de remorques pour véhicules; rétroviseurs; roues de véhicules; trousses pour la réparation des chambres à air; bandages de roues pour véhicules; véhicules télécommandés autres que jouets; volants pour véhicules, porte bagages pour véhicules, allume cigares pour véhicules ; tous les produits précités provenant de France.

Classe 14: Joaillerie; bijouterie, pierres précieuses; horlogerie et instruments chronométriques; métaux précieux et leurs alliages; monnaies; objets d'art en métaux précieux; coffrets à bijoux; boîtes en métaux précieux; boîtiers, bracelets, chaînes, ressorts ou verres de montres; porte-clefs de fantaisie; statues ou figurines (statuettes) en métaux précieux; étuis ou écrins pour l'horlogerie; médailles; épingles de cravates; insignes en métaux précieux; boutons de manchettes; montres-bracelets, broches (pins) ; tous les produits

précités provenant de France.

Classe 16: Produits de l'imprimerie; articles pour reliures; articles de papeterie; carnets de notes, adhésifs décoratifs, 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); caractères d'imprimerie; clichés; papier; carton; boîtes en carton ou en papier; albums; cartes; calendriers; instruments d'écriture; linge de table en papier; patrons pour la couture; instruments de dessin; mouchoirs de poche en papier; serviettes de toilette en papier; linge de table en papier; papier hygiénique; sacs et sachets (enveloppes, pochettes) en papier ou en matières plastiques pour l'emballage; sacs à ordures en papier ou en matières plastiques; sets de table en papier; tampons encres; timbres; stylos; ardoises; billets (tickets); dessous de carafe; dessous de chopes à bière, fournitures pour écrire; supports pour photographies; tous les produits précités provenant de France; photographies; affiches; livres; journaux; prospectus; brochures; objets d'art gravés ou lithographies; décalcomanies, tableaux (peintures) encadrés ou non; aquarelles; dessins.

Classe 18: Cuir et imitations du cuir; peaux d'animaux; malles et valises; parapluies, parasols et cannes; fouets et sellerie; portefeuilles; porte-monnaie; sacs à main, à dos et à roulettes; sacs d'alpinistes, de campeurs, de voyage, de plage et d'écoliers; coffrets destinés à contenir des affaires de toilette; colliers ou habits pour animaux; filets ou sacs à provisions; sacs ou sachets (enveloppes, pochettes) en cuir pour l'emballage; sacs à provisions; porte-cartes; sacs de sport; sacs-housses pour vêtements; étuis pour clés; trousse de voyage, coffres de voyage, malettes de voyage, garnitures de cuir pour meubles; tous les produits précités provenant de France.

Classe 25: Vêtements de dessus et de dessous; chaussures, chapellerie; chemises; vêtements en cuir ou en imitation du cuir; ceintures (habillement); fourrures (vêtements); gants (habillement); foulards; cravates; bonneterie; chaussettes; chaussons; chaussures de plage, de ski ou de sport; sous-vêtements; vêtements de bains et de plage; écharpes; bottes; ceintures porte-monnaie, vêtements pour enfants, bavoirs; tous les produits précités provenant de France.

Classe 28: Jeux, jouets; décorations pour arbres de Noël (à l'exception des articles d'éclairage); arbres de Noël en matières synthétiques; appareils de culture physique ou de gymnastique; attirail de pêche; balles ou ballons de jeu; tables, queues ou billes de billard; jeux de cartes ou de tables; patins à glace ou à roulettes; trottinettes; planches à voile ou pour le surf; raquettes; raquettes à neige; skis; rembourrages de protection (parties d'habillement de sport); jouets en peluches; jeux d'anniversaire (pinatas); cartes à jouer; articles de gymnastique et de sport; patins à glace; patins à roulettes; planches à roulettes; planches à voile; poupées; rembourrages de protection (parties d'habillement de sport); protège-coudes (articles de sport); protège-tibias (articles de sport); skis; jeux de société; tables de billards; trampolines; trottinettes; véhicules (jouets); véhicules télécommandés (jouets); véhicules à pédales, véhicules miniatures, bicyclettes fixes d'entraînement; jeux de construction; appareils de culture physique; cannes de golf; crosses de golf; gants de golf; sacs de golf; jetons pour jeux d'argent; machines de jeux automatiques à prépaiement; jeux portatifs pourvus d'un écran à cristaux liquides; machines de jeux vidéo électronique; modèles réduits de véhicules; modèles réduits prêts à monter, garages (jouets), circuits de voitures électriques (circuits 24), livres pour enfants en matières autres que le papier ou le carton; tous les produits précités provenant de France.

Classe 38: Télécommunications; informations en matière de télécommunications; communications par terminaux d'ordinateurs ou par réseau de fibres optiques; communications radiophoniques ou téléphoniques; services de radiotéléphonie mobile; fourniture d'accès à un réseau informatique mondial; services d'affichage électronique (télécommunications); raccordement par télécommunications à un réseau informatique mondial; agences de presse ou d'informations (nouvelles); location d'appareils de télécommunication; émissions radiophoniques ou télévisées; services de téléconférences; services de messagerie électronique; location de temps d'accès à des réseaux informatiques mondiaux; services d'affichage électronique.

Classe 41: Education; formation; divertissement; activités sportives et culturelles; informations en matière de divertissement ou d'éducation; services de loisirs; publication de livres; prêt de livres; production de films sur bandes vidéo; location de films cinématographiques; location d'enregistrements sonores; location

de magnétoscopes ou de postes de radio et de télévision; location de décors de spectacles; montage de bandes vidéo; services de photographie; organisation de concours (éducation ou divertissement); organisation et conduite de colloques, conférences ou congrès; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs; réservation de places de spectacles; services de jeu proposés en ligne à partir d'un réseau informatique; services de jeux d'argent; publication électronique de livres et de périodiques en ligne; micro-édition; services de billetterie; services de clubs (divertissement ou éducation); organisation de compétitions sportives; mise à disposition de parcours de golf; location d'équipements pour le sport; location de circuits routiers pour entraînement et mise au point de véhicules; location d'enregistrements sonores; mise à disposition de photographies et de vidéo; mise à disposition de publications en ligne non téléchargeables; services de musées; stages de perfectionnement sportif; cours de conduite; stages de perfectionnement à la sportifs.

4. Le 21.05.2024, l'Institut a émis une décision impartissant un délai à la partie défenderesse pour présenter une prise de position.
5. Le 22.07.2024, la partie défenderesse a présenté une prise de position dans le délai imparti (prolongé).
6. Le 24.07.2024, l'Institut a émis une décision de clôture de la procédure d'instruction.
7. Les arguments des parties, 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 08.02.2024. La marque opposante est antérieure car elle a été enregistrée dans le registre international le 04.08.2014 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 12.02.2014 (FR-France). 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 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 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 de nettoyage pour automobiles; produits de lustrage pour automobiles; préparations pour nettoyer les roues et pneumatiques d'automobiles; préparations nettoyantes pour roues et pneumatiques d'automobiles; préparations nettoyantes pour automobiles; préparations de nettoyage pour roues et pneumatiques d'automobiles; préparations de nettoyage pour automobiles; polymères de colmatage pour le nettoyage, le lustrage et la protection de surfaces extérieures d'automobiles; détergents pour automobiles; cires pour automobiles; préparations pour nettoyer les automobiles.

Classe 37: Services de vulcanisation de pneus automobiles (travaux de réparation); services de réparation ou d'entretien d'automobiles; services de réparation d'automobiles; services de protection anticorrosion d'automobiles; services de nettoyage minutieux d'automobiles; services de garages pour l'entretien et la réparation de véhicules automobiles; réparation ou entretien de automobiles; réparation ou entretien d'automobiles et mise à disposition d'informations s'y rapportant; réparation et entretien de véhicules automobiles et leurs parties ainsi que de moteurs pour véhicules automobiles et leurs parties; réparation et entretien de véhicules automobiles et leurs parties ainsi que de moteurs de véhicules automobiles et leurs parties; réparation et entretien de véhicules automobiles et leurs parties; réparation et entretien de véhicules automobiles et leurs moteurs; réparation et entretien de véhicules automobiles; réparation et entretien de systèmes de refroidissement de véhicules automobiles; réparation et entretien de moteurs pour véhicules automobiles; réparation et entretien d'automobiles et de leurs parties; réparation, entretien et révision complète d'automobiles; remise à neuf de moteurs d'automobiles; remise à neuf de groupes moteur d'automobiles; réglage de moteurs pour véhicules automobiles; personnalisation de moteurs pour automobiles; personnalisation de carrosseries d'automobiles; mise à disposition d'informations en matière de réparation ou d'entretien d'automobiles; lustrage d'automobiles; installation sur commande d'intérieurs d'automobiles; installation d'équipements électriques et électroniques dans des automobiles; inspection d'automobiles et de leurs parties avant entretien et réparation; entretien et réparation de véhicules automobiles et leurs parties; entretien et réparation de véhicules automobiles et leurs moteurs; entretien et réparation de véhicules automobiles et d'avions; entretien et réparation de véhicules automobiles; entretien et réparation de systèmes de refroidissement de véhicules automobiles; entretien et réparation de moteurs de véhicules automobiles; entretien et réparation d'automobiles; entretien de véhicules automobiles; dépannage d'automobiles; check-up d'automobiles, réparation ou maintenance demandés lors d'inspections d'automobiles; adaptation et personnalisation d'automobiles de série et de leurs moteurs; entretien d'automobiles.

Classe 39: Suivi de parcs automobiles à l'aide de dispositifs de localisation et navigation électroniques (informations en matière de transport); suivi de parcs automobiles à l'aide de dispositifs de localisation et navigation électroniques; services de remorquage d'assistance d'automobiles et de camions; services de remorquage d'assistance d'automobiles; services de récupération d'automobiles; services de location d'automobiles; location d'automobiles et de vélos; location d'automobiles; location d'automobiles et de bicyclettes; location de remorques pour automobiles; location de véhicules automobiles, de navires et d'aéronefs; mise à disposition d'informations par le biais d'Internet en rapport avec la location d'automobiles.

Classe 41: Organisation de courses automobiles.

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

Classe 6: Métaux communs et leurs alliages; matériaux de construction métalliques; constructions transportables métalliques; matériaux métalliques pour les voies ferrées; glissières de sécurité métalliques pour routes; bornes routières métalliques non lumineuses et non mécaniques; tôles imprimées, plaques

émaillées, sabots de Denver; insignes en métal; câbles, fils et serrurerie métalliques non électriques; quincaillerie métallique; tuyaux métalliques; coffres-forts; minerais; constructions métalliques; échafaudages métalliques; boîtes en métaux communs; coffres métalliques; récipients d'emballage en métal; monuments funéraires métalliques; objets d'art en métaux communs; statues ou figurines (statuettes) en métaux communs; plaques d'immatriculation métalliques; plaques d'identité en métal; serrures pour véhicules; installation pour parquer les bicyclettes métalliques; objets d'art en bronze; vis et clous métalliques; coupes (récompenses) trophées en métal; capsules en métal; clés; anneaux métalliques pour clés; cadres métalliques ; tous les produits précités provenant de France.

Classe 9: Appareils et instruments scientifiques (autres qu'à usage médical), nautiques, géodésiques, photographiques, cinématographiques, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de contrôle (inspection), de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande du courant électrique; appareils pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement du son ou des images; supports d'enregistrement magnétiques, disques acoustiques ou optiques, disquettes souples; mécanismes pour appareils à prépalement; caisses enregistreuses, machines à calculer, équipement pour le traitement de l'information et les ordinateurs; extincteurs; périphériques d'ordinateurs; batteries électriques; détecteurs; vêtements de protection contre les accidents, les irradiations et le feu; dispositifs de protection personnelle contre les accidents; lunettes (optique); lunettes de soleil, lunettes de protection; articles de lunetterie; étuis à lunettes; appareils pour le diagnostic non à usage médical; cartes à mémoire ou à microprocesseur; bâches de sauvetage; clés USB; compte tours; contrôleurs de vitesse pour véhicules; enregistreurs kilométriques pour véhicules; agendas électroniques; instruments d'alarme; alcoomètres; batteries d'allumage; bornes routières lumineuses; boussoles; signaux de brouillard; cartouches de jeux vidéo; casques à écouteurs; ceintures de sauvetage; appareils de radio pour véhicules; disques réflecteurs individuels pour la prévention des accidents; filets de protection contre les accidents; niveaux d'essence; dispositifs de pilotage automatique pour véhicules, avertisseurs automatiques de perte de pression de pneumatiques; applications informatiques téléchargeables; casques de protection pour le sport; simulateurs pour la conduite ou le contrôle de véhicules; téléphones intelligents, magnets, tapis de souris, housses pour ordinateurs, étuis pour téléphones, coques pour téléphones, casques anti-bruits, dispositifs de protection contre le bruit; applications téléchargeables de divertissement, de sport et de visualisation de résultats sportifs; tous les produits précités provenant de France; logiciels de jeux; logiciels (programmes enregistrés).

Classe 12: Véhicules; appareils de locomotion par terre, par air ou par eau; moteurs pour véhicules terrestres; amortisseurs de suspensions pour véhicules; carrosseries; chaînes antidérapantes; châssis ou pare-chocs de véhicules; stores (pare-soleil) pour automobiles; ceintures de sécurité pour sièges de véhicules; véhicules électriques; caravanes; tracteurs; vélomoteurs; cycles; cadres, béquilles, freins, guidons, jantes, pédales, pneumatiques, roues ou selles de cycles; poussettes; chariots de manutention; chambres à air pour pneumatiques; dispositifs antiéblouissants pour véhicules; antivols pour véhicules; appuie-tête pour sièges de véhicules; capots pour automobiles; carrosseries pour automobiles; avertisseurs contre le vol des véhicules; avertisseurs de marche arrière pour véhicules; chambres à air pour bicyclettes; boîtes de vitesses pour véhicules terrestres; bouchons pour réservoirs à essence de véhicules; capotes de véhicules; couchettes pour véhicules; indicateurs de direction pour véhicules; moteurs électriques pour véhicules terrestres; sièges de sécurité pour enfants pour véhicules; enjoliveurs; essuie-glace; filets porte-bagages pour véhicules; charrettes de golf; harnais de sécurité pour sièges de véhicules; housses de véhicules; housses pour sièges de véhicules; housses pour volants de véhicules; moteurs pour véhicules terrestres; bandes de roulements pour le rechapage des pneus; pompes à air (accessoires de véhicules); attelages de remorques pour véhicules; rétroviseurs; roues de véhicules; trousse pour la réparation des chambres à air; bandages de roues pour véhicules; véhicules télécommandés autres que jouets; volants pour véhicules, porte bagages pour véhicules, allume cigares pour véhicules ; tous les produits précités provenant de France.

Classe 14: Joaillerie; bijouterie, pierres précieuses; horlogerie et instruments chronométriques; métaux précieux et leurs alliages; monnaies; objets d'art en métaux précieux; coffrets à bijoux; boîtes en métaux précieux; boîtiers, bracelets, chaînes, ressorts ou verres de montres; porte-clefs de fantaisie; statues ou figurines (statuettes) en métaux précieux; étuis ou écrans pour l'horlogerie; médailles; épingles de cravates; insignes en métaux précieux; boutons de manchettes; montres-bracelets, broches (pins) ; tous les produits

précités provenant de France.

Classe 16: Produits de l'imprimerie; articles pour reliures; articles de papeterie; carnets de notes, adhésifs décoratifs, 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); caractères d'imprimerie; clichés; papier; carton; boîtes en carton ou en papier; albums; cartes; calendriers; instruments d'écriture; linge de table en papier; patrons pour la couture; instruments de dessin; mouchoirs de poche en papier; serviettes de toilette en papier; linge de table en papier; papier hygiénique; sacs et sachets (enveloppes, pochettes) en papier ou en matières plastiques pour l'emballage; sacs à ordures en papier ou en matières plastiques; sets de table en papier; tampons encreurs; timbres; stylos; ardoises; billets (tickets); dessous de carafe; dessous de chopes à bière, fournitures pour écrire; supports pour photographies; tous les produits précités provenant de France; photographies; affiches; livres; journaux; prospectus; brochures; objets d'art gravés ou lithographies; décalcomanies, tableaux (peintures) encadrés ou non; aquarelles; dessins.

Classe 18: Cuir et imitations du cuir; peaux d'animaux; malles et valises; parapluies, parasols et cannes; fouets et sellerie; portefeuilles; porte-monnaie; sacs à main, à dos et à roulettes; sacs d'alpinistes, de campeurs, de voyage, de plage et d'écoliers; coffrets destinés à contenir des affaires de toilette; colliers ou habits pour animaux; filets ou sacs à provisions; sacs ou sachets (enveloppes, pochettes) en cuir pour l'emballage; sacs à provisions; porte-cartes; sacs de sport; sacs-housses pour vêtements; étuis pour clés; trousse de voyage, coffres de voyage, malettes de voyage, garnitures de cuir pour meubles; tous les produits précités provenant de France.

Classe 25: Vêtements de dessus et de dessous; chaussures, chapellerie; chemises; vêtements en cuir ou en imitation du cuir; ceintures (habillement); fourrures (vêtements); gants (habillement); foulards; cravates; bonneterie; chaussettes; chaussons; chaussures de plage, de ski ou de sport; sous-vêtements; vêtements de bains et de plage; écharpes; bottes; ceintures porte-monnaie, vêtements pour enfants, bavoirs; tous les produits précités provenant de France.

Classe 28: Jeux, jouets; décorations pour arbres de Noël (à l'exception des articles d'éclairage); arbres de Noël en matières synthétiques; appareils de culture physique ou de gymnastique; attirail de pêche; balles ou ballons de jeu; tables, queues ou billes de billard; jeux de cartes ou de tables; patins à glace ou à roulettes; trottinettes; planches à voile ou pour le surf; raquettes; raquettes à neige; skis; rembourrages de protection (parties d'habillement de sport); jouets en peluches; jeux d'anniversaire (pinatas); cartes à jouer; articles de gymnastique et de sport; patins à glace; patins à roulettes; planches à roulettes; planches à voile; poupées; rembourrages de protection (parties d'habillement de sport); protège-coudes (articles de sport); protège-tibias (articles de sport); skis; jeux de société; tables de billards; trampolines; trottinettes; véhicules (jouets); véhicules télécommandés (jouets); véhicules à pédales, véhicules miniatures, bicyclettes fixes d'entraînement; jeux de construction; appareils de culture physique; cannes de golf; crosses de golf; gants de golf; sacs de golf; jetons pour jeux d'argent; machines de jeux automatiques à prépaiement; jeux portatifs pourvus d'un écran à cristaux liquides; machines de jeux vidéo électronique; modèles réduits de véhicules; modèles réduits prêts à monter, garages (jouets), circuits de voitures électriques (circuits 24), livres pour enfants en matières autres que le papier ou le carton; tous les produits précités provenant de France.

Classe 38: Télécommunications; informations en matière de télécommunications; communications par terminaux d'ordinateurs ou par réseau de fibres optiques; communications radiophoniques ou téléphoniques; services de radiotéléphonie mobile; fourniture d'accès à un réseau informatique mondial; services d'affichage électronique (télécommunications); raccordement par télécommunications à un réseau informatique mondial; agences de presse ou d'informations (nouvelles); location d'appareils de télécommunication; émissions radiophoniques ou télévisées; services de téléconférences; services de messagerie électronique; location de temps d'accès à des réseaux informatiques mondiaux; services d'affichage électronique.

Classe 41: Education; formation; divertissement; activités sportives et culturelles; informations en matière de divertissement ou d'éducation; services de loisirs; publication de livres; prêt de livres; production de films sur bandes vidéo; location de films cinématographiques; location d'enregistrements sonores; location de

magnétoscopes ou de postes de radio et de télévision; location de décors de spectacles; montage de bandes vidéo; services de photographie; organisation de concours (éducation ou divertissement); organisation et conduite de colloques, conférences ou congrès; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs; réservation de places de spectacles; services de jeu proposés en ligne à partir d'un réseau informatique; services de jeux d'argent; publication électronique de livres et de périodiques en ligne; micro-édition; services de billetterie; services de clubs (divertissement ou éducation); organisation de compétitions sportives; mise à disposition de parcours de golf; location d'équipements pour le sport; location de circuits routiers pour entraînement et mise au point de véhicules; location d'enregistrements sonores; mise à disposition de photographies et de vidéo; mise à disposition de publications en ligne non téléchargeables; services de musées; stages de perfectionnement sportif; cours de conduite; stages de perfectionnement à la sportifs.

Classe 3

5. Les produits contestés de la classe 3 « *produits de nettoyage pour automobiles; produits de lustrage pour automobiles; préparations pour nettoyer les roues et pneumatiques d'automobiles; préparations nettoyantes pour roues et pneumatiques d'automobiles; préparations nettoyantes pour automobiles; préparations de nettoyage pour roues et pneumatiques d'automobiles; préparations de nettoyage pour automobiles; polymères de colmatage pour le nettoyage, le lustrage et la protection de surfaces extérieures d'automobiles; détergents pour automobiles; cires pour automobiles; préparations pour nettoyer les automobiles* » sont divers produits ou préparations de nettoyage pour les automobiles et ne présentent pas de point de contact avec les produits et services revendiqués dans les classes 6, 9, 12, 14, 16, 18, 25, 28, 38 et 41 par la marque opposante. La nature, le but, l'utilisation de ces produits sont différents. Ils ne présentent pas de complémentarité et ne sont pas en compétition non plus. Ils ne proviennent généralement pas des mêmes types d'entreprises et ne font pas appel au même savoir-faire de fabrication ou de diffusion. Il est vrai qu'en rapport avec la classe 12 de la marque opposante qui concerne en particulier des véhicules automobiles, il pourrait y avoir un rapprochement dans la mesure où les destinataires peuvent être les mêmes. Mais ce simple contact n'est pas suffisant pour admettre une similarité. En ce qui concerne les lieux de vente, s'il est possible d'acquérir des produits d'entretien et de nettoyage de véhicules dans des garages ou dans lieux de vente de voitures, ces produits se trouvent aussi bien dans des grandes surfaces ou d'autres types de magasins et ils visent généralement tous types de véhicules. Le fait que quelques marques de voitures offrent des kits de produits de nettoyage marqués de leur signe comme le relève l'opposante (exemple de Porsche – Annexe 3 du mémoire d'opposition) n'est pas un argument pour admettre la similarité. Cette pratique n'est pas la règle et relève plutôt d'un cas isolé dans le cadre d'une activité de marketing et d'une attention particulière à la clientèle. Ces produits sont donc différents.

Classe 37

Les services contestés de la classe 37 « *services de vulcanisation de pneus automobiles (travaux de réparation); services de réparation ou d'entretien d'automobiles; services de réparation d'automobiles; services de protection anticorrosion d'automobiles; services de nettoyage minutieux d'automobiles; services de garages pour l'entretien et la réparation de véhicules automobiles; réparation ou entretien de automobiles; réparation ou entretien d'automobiles et mise à disposition d'informations s'y rapportant; réparation et entretien de véhicules automobiles et leurs parties ainsi que de moteurs pour véhicules automobiles et leurs parties; réparation et entretien de véhicules automobiles et leurs parties ainsi que de moteurs de véhicules automobiles et leurs parties; réparation et entretien de véhicules automobiles et leurs parties; réparation et entretien de véhicules automobiles et leurs moteurs; réparation et entretien de véhicules automobiles; réparation et entretien de systèmes de refroidissement de véhicules automobiles; réparation et entretien de moteurs pour véhicules automobiles; réparation et entretien d'automobiles et de leurs parties; réparation, entretien et révision complète d'automobiles; remise à neuf de moteurs d'automobiles; remise à neuf de groupes moteur d'automobiles; réglage de moteurs pour véhicules automobiles; personnalisation de moteurs pour automobiles; personnalisation de carrosseries d'automobiles; mise à disposition d'informations en matière de réparation ou d'entretien d'automobiles; lustrage d'automobiles; installation sur commande d'intérieurs d'automobiles; installation d'équipements électriques et électroniques dans des automobiles; inspection d'automobiles et de leurs parties avant entretien et réparation; entretien et réparation de véhicules automobiles et leurs parties; entretien et*

réparation de véhicules automobiles et leurs moteurs; entretien et réparation de véhicules automobiles et d'avions; entretien et réparation de véhicules automobiles; entretien et réparation de systèmes de refroidissement de véhicules automobiles; entretien et réparation de moteurs de véhicules automobiles; entretien et réparation d'automobiles; entretien de véhicules automobiles; dépannage d'automobiles; check-up d'automobiles, réparation ou maintenance demandés lors d'inspections d'automobiles; adaptation et personnalisation d'automobiles de série et de leurs moteurs; entretien d'automobiles » sont divers services d'entretien, de réparation, d'installation d'équipements de véhicules automobiles. Dans ce sens, ils présentent des points de contact avec les produits de la classe 12 de la marque opposante, en particulier les « *véhicules; appareils de locomotion par terre* » ainsi que les différents produits ou pièces pour automobiles. Il existe en effet un lien de complémentarité entre les produits et les services, une suite logique (voir par exemple : CREPI, sic ! 2006, p.88, cons. 4 – *Corsa / MotoCorsa Moto Parts* ; voir aussi même problématique dans un autre domaine [construction : cl. 19, 27 / cl. 37] : TF, sic ! 2019, p. 495, cons. 2.3.4 – *Tecton / Dekton*). Dans ce cas de figure, des services de réparation, d'entretien, qui complètent l'offre de produits, peuvent être considérés comme similaires aux produits (« service après-vente ») (voir Directives, Partie 6, ch. 6.1.3). Ces produits et services visent aussi les mêmes destinataires. Les lieux de vente ou de diffusion sont également les mêmes. Ces services sont donc similaires.

Classe 39

Les services contestés de la classe 39 « *suivi de parcs automobiles à l'aide de dispositifs de localisation et navigation électroniques (informations en matière de transport); suivi de parcs automobiles à l'aide de dispositifs de localisation et navigation électroniques; services de remorquage d'assistance d'automobiles et de camions; services de remorquage d'assistance d'automobiles; services de récupération d'automobiles; services de location d'automobiles; location d'automobiles et de vélos; location d'automobiles; location d'automobiles et de bicyclettes; location de remorques pour automobiles; location de véhicules automobiles, de navires et d'aéronefs; mise à disposition d'informations par le biais d'Internet en rapport avec la location d'automobiles* » sont divers services de suivi de parcs automobiles à l'aide de dispositifs de localisation et de navigation électroniques, des services de remorquage et d'assistance de véhicules, services de location d'automobiles et de vélos, de divers véhicules, de navires, d'aéronefs et de mise à disposition d'informations en rapport avec la location d'automobiles. Il s'agit essentiellement de services de location de véhicules et de services complémentaires permettant le suivi des véhicules par des dispositifs de navigation et dans ce sens ils peuvent présenter des points de contact avec certains produits de la classe 12 de la marque opposante comme les véhicules et en particulier les automobiles. Il a été considéré lors de cas précédents que ce genre de produits et services étaient usuellement offerts ensemble et pouvaient former un paquet de prestations (voir TAF, B-938/2021, cons. 5.3.2 – *VOLKSWAGEN / VolksWerkstatt*). Dans le cas présent, l'Institut ne va pas aller plus loin dans l'analyse et estime que la question peut rester ouverte dans la mesure où elle n'a pas d'influence sur le résultat de l'opposition (voir ci-dessous III., D., cons. 13 - 15).

Classe 41

Les services contestés de la classe 41 « *organisation de courses automobiles* » sont compris dans le libellé de la classe 41 de la marque opposante « *organisation de compétitions sportives* ». Ces services sont donc identiques.

6. Il est à constater que les produits sont différents. En ce qui concerne les services, ils sont similaires et identiques (classes 37 et 41) dans la mesure où la question n'est pas restée ouverte (classe 39).
7. Pour les produits différents, soit en classe 3 « *produits de nettoyage pour automobiles; produits de lustrage pour automobiles; préparations pour nettoyer les roues et pneumatiques d'automobiles; préparations nettoyantes pour roues et pneumatiques d'automobiles; préparations nettoyantes pour automobiles; préparations de nettoyage pour roues et pneumatiques d'automobiles; préparations de nettoyage pour automobiles; polymères de colmatage pour le nettoyage, le lustrage et la protection de surfaces extérieures d'automobiles; détergents pour automobiles; cires pour automobiles; préparations pour nettoyer les automobiles* », l'opposition est déjà à rejeter à ce stade. En effet, lorsque la condition de la similarité des produits ou des services n'est pas remplie, le risque de confusion doit être exclu et la similarité des signes ne doit plus être examinée (Directives, Partie 6, ch. 6.5 ; TAF, B-644/2011, cons. 4 – *Dole [fig.] / [fig.]*).

8. Il convient ensuite 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. 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).
3. La marque opposante est un signe combiné. Il est composé de l'élément verbal « LE MANS » présenté dans une écriture en gras, légèrement en italique et en majuscules. Il est surplombé d'un élément figuratif qui peut être perçu comme évoquant « 24h ». Le « 2 » et le « h » sont représentés chacun par un trait noir en gras ; le « 4 » apparaît par contraste entre le « 2 » et le « h » sous la forme d'un espace blanc représentant un « 4 » avec un triangle noir au milieu faisant le lien par alternance avec les deux autres traits noirs. Les éléments pris dans leur ensemble seront facilement perçus comme évoquant « 24h LE MANS ».
4. La marque contestée est un signe combiné. Il est composé des éléments verbaux « L LEMAN CARS ». Le « L » est placé dans la partie gauche du signe et est représenté en gris dans une écriture légèrement stylisée, en majuscule. Il est entouré d'un trait fin évoquant la forme d'un écusson. A sa droite figure le mot « LEMAN », également en gris et dans une écriture légèrement stylisée, en majuscules. Les lettres « LEM » sont légèrement plus épaisses que les lettres « AN ». « LEMAN » est souligné par un trait fin blanc. Le mot « CARS » est placé en dessous du trait de soulignement. Il est présenté en blanc dans une écriture légèrement stylisée en majuscules et en plus petits caractères que les autres éléments verbaux. Le tout est présenté sur un fond noir de forme rectangulaire.
5. Sur le plan visuel, les signes sont similaires dans la mesure où ils ont en commun les lettres « LE MAN ». Le signe opposant diffère dans la mesure où les lettres « LE MAN » sont séparées et comportent un « S » supplémentaire (« LE MANS ») et par la présence de la partie évoquant « 24h » et la disposition d'ensemble telle que décrite ci-dessus (cons. 3). Le signe contesté diffère dans la mesure où il comporte en plus une lettre « L » détachée des autres éléments verbaux et un mot « CARS » (« L LEMAN CARS ») ainsi qu'une disposition particulière des éléments telle que décrite ci-dessus (cons. 4). Malgré les éléments figuratifs et la disposition générale des signes, les deux marques seront visuellement perçues surtout par leurs éléments verbaux, soit : « 24h LE MANS » / « L LEMAN CARS ». Le consommateur aura en effet naturellement tendance à lire ces éléments verbaux et porter son attention prioritairement à eux. Les autres éléments apparaissent dans le cas d'espèce comme étant d'une importance plutôt secondaire.
6. Sur le plan auditif, les signes sont similaires dans la mesure du son des lettres « l e m a n » et diffèrent dans la mesure du son des lettres supplémentaires du signe contesté « l c a r s » et par le son du nombre « 24 » et le son de la lettre « h » (« h » ou « heure ») du signe opposant. Il est à noter que le « s » supplémentaire du signe opposant (« LE MANS ») ne sera vraisemblablement pas prononcé et est donc muet dans cette hypothèse. Dans le cas où il serait néanmoins prononcé, il constituerait également une petite différence dans la mesure du son de cette lettre.
7. 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).

8. Sur le plan conceptuel ou du contenu sémantique, la marque opposante contient l'indication verbale « LE MANS » qui désigne une « *commune faisant partie des grandes villes du Grand Ouest français, située dans la région des pays de la Loire et le département de la Sarthe dont elle est la préfecture* » (https://fr.wikipedia.org/wiki/Le_Mans). Cet élément verbal est couplé à l'indication bien visible « 24h » de sorte que l'ensemble peut facilement être compris comme « 24h LE MANS » comme il l'a déjà été évoqué ci-dessus (voir cons. 3 et 5). Cet ensemble véhicule un concept dans la mesure où il peut aisément faire référence aux « 24 Heures du Mans ». Les « 24 Heures du Mans » sont « *une compétition automobile d'endurance d'une durée de 24 heures, se déroulant sur un circuit routier au sud de la ville du Mans. Cette épreuve existe depuis 1923 et est l'une des trois courses les plus prestigieuses au monde avec le Grand Prix de Monaco et les 500 miles d'Indianapolis. En 2012, la National Geographic Society américaine considère l'épreuve comme l'évènement sportif mondial numéro 1* » (https://fr.wikipedia.org/wiki/24_Heures_du_Mans). L'Institut considère que cette course automobile est incontestablement connue du public suisse, de sorte que celui-ci comprendra sans effort de réflexion la marque opposante comme un renvoi à cet évènement sportif. Les éléments figuratifs ou la disposition des éléments ne véhiculent pas de concept particulier.
9. Le signe contesté contient une lettre « L », le mot « LEMAN » et le mot « CARS ». La lettre « L » ne véhicule pas de contenu sémantique particulier. Le mot « LEMAN » fait référence à un lac. « *Le Léman, ou par pléonasm lac Léman, également dénommé lac de Genève notamment dans le canton de Genève et dans plusieurs langues étrangères, est un lac d'origine glaciaire situé en Suisse et en France ; par sa superficie, c'est le plus grand lac alpin et subalpin ; il est principalement alimenté par le Rhône* » (<https://fr.wikipedia.org/wiki/L%C3%A9man>). L'expression « léman » ou « lémanique » désigne aussi une région comprenant les rives suisses et françaises, comme dans l'expression « *le bassin lémanique* » (voir wikipedia op. cit.). L'Institut considère que le public suisse comprendra sans effort de réflexion l'élément « LEMAN » comme un renvoi au lac éponyme, voire au bassin lémanique. Quant au mot « CARS », il signifie « voitures » (voir par exemple <https://dictionnaire.reverso.net/anglais-francais/car/forced>). Ces deux concepts mis ensemble peuvent ainsi facilement être compris comme désignant des « voitures du Léman » voire des « voitures du bassin lémanique ».
10. Au regard des significations clairement perceptibles des signes en litige, l'Institut considère que les marques opposées diffèrent clairement sur le plan sémantique ou conceptuel : renvoi à la course automobile des « 24 Heures du Mans », d'une part, et renvoi au concept véhiculé par « voitures du Léman » ou « voitures du bassin lémanique », d'autre part. Les similitudes visuelles et auditives constatées sont ainsi sensiblement relativisées par la divergence conceptuelle des signes.
11. Au vu de ce qui précède, il convient de retenir que les signes sont faiblement similaires. Il s'agit donc de déterminer si ces faibles similitudes sont néanmoins 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 services est identique

(classe 41) et il sied d'apprécier le risque de confusion avec une rigueur particulière en rapport avec elle.

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). Les produits de la classe 12 qui permettent de fonder une similarité avec les services de la classe 37 de la marque contestée ne sont généralement pas achetés de manière spontanée et sans information préalable. En rapport avec ces produits, le degré d'attention du consommateur est donc supposé être plutôt élevé (voir TAF, B-4829/2012, cons. 7.2.2 – *LAND ROVER / Land Glider*). Dans la mesure où les services de la classe 37 sont la suite logique de ces produits, le degré d'attention du consommateur pour cette classe est également supposé élevé. Bien que la question de la similarité ait été laissée ouverte pour la classe 39, il convient de reconnaître que les services en question du cas d'espèce peuvent s'adresser à un large public comme à des professionnels. Il semble raisonnable d'admettre que le consommateur a un degré d'attention légèrement supérieur à la moyenne en rapport avec cette classe. En ce qui concerne les services de la classe 41, il est admis de manière générale qu'il est régulièrement fait appel à des services de formation, de divertissement, d'activités sportives et culturelles et le degré d'attention est généralement évalué comme étant normal (TAF, B-3012/2012, cons. 4.2.1 – *PALLAS / Pallas Seminare [fig.]*). Dans le cas d'espèce cependant, vu que nous sommes en présence de services d'organisation de compétition sportives et en particulier d'organisation de courses automobiles, il semble raisonnable d'admettre, vu la spécificité de ces services et leurs destinataires, que le degré d'attention du consommateur est légèrement supérieur à la moyenne. Le degré d'attention est donc supposé être de légèrement plus élevé que la moyenne à élevé selon les produits et services concernés.
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 (Directives, Partie 6, ch. 6.7).
6. En l'espèce, l'ensemble « 24h LE MANS » formant la marque opposante ainsi que la disposition et la présentation figurative ne véhiculent pas véritablement de contenu sémantique en rapport avec les produits et services en cause dans le cas présent. Même si la partie « verbale » avait une signification descriptive, le signe, dans son ensemble, est distinctif et dispose d'une force distinctive et d'un champ de protection normaux.
7. L'opposante est d'avis que la marque antérieure « 24h LE MANS » jouit d'une renommée mondiale, y compris en Suisse, dans le domaine des courses automobiles. La course automobile « 24 Heures du Mans » qu'elle désigne, dont la première édition s'est tenue en 1923, jouirait d'une notoriété incontestable qui n'aurait fait que croître au fil du temps. Vu cette grande notoriété, le risque de confusion direct et indirect avec la marque contestée en serait augmenté. Elle a présenté un certain nombre d'extraits de sites internet renvoyant à divers médias en appui de ses propos :

- « Les 24 Heures du Mans ont d'ailleurs été érigées par la société américaine National Geographic au rang n°1 des événements sportifs mondiaux et ce pendant plusieurs années consécutives, notamment en 2012 (<https://www.ouest-france.fr/sport/les-24-heures-du-mans-evenement-sportif-ndeg1-au-monde-246016>, Annexe 5) ».

- « A la TV, ce ne sont pas moins de 196 pays qui retransmettaient l'événement. 113 millions de téléspectateurs ont suivi les 24 Heures du Mans sur les différentes plateformes des diffuseurs officiels, une audience multipliée par 2,5 par rapport à l'édition 2022 ... » (<https://www.24h-lemans.com/fr/actualites/24-heures-du-mans-une-audience-historique-57870>, Annexe 6) ».

- « En Suisse, plus particulièrement, la RTS a diffusé un documentaire sur la course le 2 juin 2023 et indique sur son site : "A l'occasion des 100 ans de la célèbre course de voitures, Karim Ben Mahmoud présente son documentaire "24H Le Mans : Entrez dans la légende" ... " (<https://www.rts.ch/info/monde/14071524-un-siecle-de-24-heures-du-mans-raconte-dans-un-documentaire.html>, Annexe 7) ».

- « Un article publié sur le site suisse du journal 20 minutes le 24 février 2023 titre : "Ce pilote suisse rêve de victoire aux 24 Heures du Mans". "Les 24 Heures du Mans célèbrent, cette année, leur 100e anniversaire. La célèbre course d'endurance a déjà été remportée à trois reprises par un pilote suisse. Le Thounois Nico Müller est prêt à relever une nouvelle fois le défi pour décrocher le titre de champion avec Peugeot. "Pour moi, en tant que pilote de course, il n'y a pas plus important que les 24 Heures du Mans», dit-il. L'édition 2023 a une saveur d'autant plus spéciale pour lui qu'il s'agit du centenaire de la fameuse course d'endurance. (<https://www.20min.ch/fr/story/ce-pilote-suisse-reve-de-victoire-aux-24-heures-dumans-431536183980>, Annexe 8) ».

- « Un article publié sur le site suisse Bluewin le 7 juin 2023 et intitulé "Un plateau de rêve pour le centenaire" indique : "Cette 91e édition qui boucle un premier siècle d'existence pour la plus célèbre des courses d'endurance verra le retour en catégorie reine Hypercar de Peugeot, Cadillac, Porsche – détentrice du record de victoires au Mans (19) – mais surtout de Ferrari, 50 ans après sa dernière participation ... " (<https://www.bluewin.ch/fr/sport/f1-moto/un-plateau-de-r-ve-pour-le-centenaire-1768380.html>, Annexe 9) ».

- « Un article publié par le journal 20 minutes en Suisse le 9 juin 2023 indique : "Ce week-end, Le Mans célèbre le centenaire de la légendaire course des 24 Heures. Un événement de sport automobile qui a marqué l'histoire. ... " (<https://www.20min.ch/fr/story/quelques-faits-sur-les-24-heures-du-mans-743852513428>, Annexe 10) ».

- « Un article publié par le journal Le Temps le 11 juin 2015 sur son site titre "Les Suisses à l'assaut des 24 Heures du Mans" Neuf pilotes suisses seront au départ samedi, dont trois viseront la victoire. "L'édition du siècle !" C'est ainsi que plusieurs journaux français ont qualifié la 83e édition des 24 Heures du Mans, dont les trois grands favoris sont Audi, Porsche et Toyota. Chacun de ces trois constructeurs comptant un pilote suisse dans ses rangs, les probabilités qu'un de nos compatriotes s'impose dimanche sont relativement élevées. Ils ont remporté 11 des 12 dernières épreuves du Championnat du monde d'endurance (dont Le Mans constitue le point culminant) : cinq victoires pour le Schwyzois Marcel Fässler (Audi) comme pour le Vaudois Sébastien Buemi (Toyota), une seule pour le Biennois Neel Jani, dont la Porsche n'était qu'au début de son développement en 2014. (<https://www.letemps.ch/sport/suisses-lassaut-24-heures-mans>, Annexe 11) ».

8. Les marques connues bénéficient d'un champ de protection accru (voir Directives, Partie 6, ch. 6.7). Un tel champ de protection n'est pas le résultat de la création de la marque par son titulaire ; il résulte d'investissements et, en règle générale, d'une longue présence de la marque sur le marché (voir par exemple, M. STÄDELI / S. BRAUCHBAR BIRKHÄUSER, in : L. David / M. R. Frick [édit.], *BaKomm, Markenschutzgesetz Wappenschutzgesetz*, Bâle 2017, art. 3 LPM n° 51).
9. Quiconque prétend que sa marque dispose d'un champ de protection accru doit le rendre vraisemblable en produisant des moyens de preuve qui illustrent l'intensité de l'usage de sa marque sur le marché (voir en ce sens TAF, B-5659/2018, cons. 6.1.3.1 et 6.1.3.3 – *RICHARD MILLE / Richard Man [fig.]* ; voir aussi TAF, B-4104/2021 – cons. 7.4 s. – *CAPRI-SUN / PRISUN*). Si l'Institut ne dispose pas d'éléments indiquant que la marque opposante est connue, il ne tient pas compte de cet argument. Ainsi, si l'opposant ne parvient pas à démontrer de manière suffisante que sa marque est connue, il doit en supporter les conséquences et l'Institut se basera sur le caractère distinctif originaire de la marque (voir Directives, Partie 6, ch. 6.7 ; TAF, B-5659/2018, cons. 6.3.8 – *RICHARD MILLE / Richard Man [fig.]*).
10. Un fait notoirement connu de l'autorité n'a toutefois pas besoin d'être prouvé (voir ATF 117 II 321, cons. 2 – *VALSER*). Ce principe juridique s'applique également dans la procédure d'opposition au sens de l'art. 31 LPM. Il s'agit néanmoins de faire preuve de réserve quant à admettre qu'il est notoire qu'une marque opposante est connue et bénéficie ce faisant d'un champ de protection accru (voir Directives, Partie 6, ch. 6.7). Les Directives citent comme exemple la marque « *Coca-Cola* » pour des boissons et la pratique reconnaît un champ de protection accru sur la base de faits notoirement connus aux marques « *Valser* » en relation avec des eaux minérales (voir ATF 117 II 321 mentionné ci-dessus) ou encore « *Facebook* » en relation avec des services de réseaux sociaux (voir TAF, B-681/2016, cons. 4.4 – *FACEBOOK / Stressbook*).
11. L'Institut estime que les documents et annexes présentés par la partie opposante confirment les considérations qui précèdent selon lesquelles les « 24 heures du Mans » est un événement sportif bien connu du public suisse (voir ci-dessus cons. III., C., cons. 8). Le fait que la course soit connue ne signifie toutefois pas encore que la marque opposante, qui se réfère à cette course, soit connue dans sa fonction de marque auprès du public suisse. La partie opposante ne produit à ce titre aucun document qui illustrerait l'usage intense de cette marque en relation avec des produits et services sur le territoire suisse propre à justifier un champ de protection accru. Par ailleurs, l'Institut estime que rien ne permet d'affirmer que c'est un fait notoire que des courses automobiles autres que les « 24 heures du Mans » soient organisées sous

la marque opposante, ce qui pourrait alors éventuellement constituer un indice que la marque opposante jouit d'une force distinctive accrue en Suisse en relation avec des services d'organisation de courses automobiles. Dans ces conditions, l'Institut retient que la marque opposante bénéficie d'un champ de protection normal.

12. Dans ce contexte l'Institut ajoute que, si la partie opposante souhaite par ses propos bénéficier de la protection conférée aux marques de haute renommée au sens de l'art. 15 LPM, il convient de rappeler que cet argument ne peut être invoqué en procédure d'opposition. L'art. 31 al. 1 LPM ne fait en effet expressément référence qu'aux motifs de refus relatifs d'exclusion visés à l'art. 3 al. 1 LPM et non à la disposition relative à la marque de haute renommée (art. 15 LPM) (Directives, Partie 6, ch. 1).
13. Les services sont en partie identiques et en partie similaires dans la mesure où la question n'est pas restée ouverte. Les signes sont faiblement similaires uniquement sur le plan visuel et auditif. Le champ de protection de la marque opposante est normal. Le degré d'attention est supposé être de légèrement plus élevé que la moyenne à élevé selon les produits et services concernés. Le fait que les signes disposent d'une certaine similarité sur le plan visuel et sur le plan auditif dans la mesure où ils comportent tous les deux les lettres « LE MAN » n'est pas de nature à influencer leur impression d'ensemble, qui est très différente. En effet, en considérant uniquement les éléments verbaux, il apparaît de manière évidente qu'ils divergent sur plus d'un point : « **24H LE MANS** » / « **L LEMAN CARS** ». A cela, s'ajoutent les divergences visuelles dues à leur disposition et présentation graphique (voir ci-dessus, III., C., cons. 3 – 5). Mais, l'élément décisif, qui met en évidence leur divergence fondamentale, résulte de la comparaison de leur contenu sémantique (voir ci-dessus, III., C., cons. 8 – 10). En effet, les concepts véhiculés par chacune des marques prises dans leur ensemble divergent de manière totale et évidente car elles évoquent des univers différents : « **24h LE MANS** » (= « les 24 heures du Mans, la célèbre course automobile ») / « **LEMAN CARS** » (= « voitures du Léman, voitures de la région du Léman »). L'attention du consommateur sera essentiellement portée sur les deux idées divergentes transmises par les signes vu leur signification claire et immédiatement compréhensible. Il est à relever dans ce contexte qu'à 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 marque 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 visuel ou auditif similaire est mince (Directives, Partie 6, ch. 6.3.1 ; ATF 121 III 377, cons. 2b – *BOSS / BOKS*; TAF, B-2191/2018, cons. 8.4 – *SMAC / LISSMAC*). Cette divergence de signification permet aussi de contrebalancer les similitudes visuelles et auditives au point de les neutraliser ou de les faire passer au second plan (voir R. SCHLOSSER / C. MARADAN, in J. de Werra / P. Gilliéron [édit.], *CR Propriété intellectuelle*, Bâle 2013, art. 3 LPM n° 97 et n° 101). Ceci est d'autant plus vrai quand, comme dans le cas d'espèce, les similitudes visuelles et auditives sont faibles.
14. Au vu de ce qui précède, il n'y a pas de risque de confusion de la part du consommateur, même en prenant en compte l'effet interactif dû à l'identité de certains services. Ces correctifs sont d'ailleurs en partie neutralisés ou compensés par le degré d'attention supposé élevé ou légèrement plus élevé du public. Le consommateur ne sera pas non plus amené à penser à une variante de la marque de base ou à une série de marques en attribuant les signes en conflit au même titulaire ou à un groupe d'entreprises liées. Il n'y a donc pas non plus de risque de confusion indirect.
15. L'opposition n° 103980 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) (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. 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. La partie défenderesse obtient donc une indemnisation de CHF 1'200.00.

Pour ces motifs, il est

décidé:

1.

L'opposition n° **103980** est rejetée.

2.

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

3.

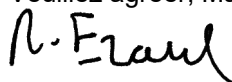
Il est mis à la charge de la partie opposante le paiement à la partie défenderesse de CHF 1'200.00 à titre de dépens.

4.

La présente décision est notifiée par écrit aux parties.

Berne, le 14 novembre 2024

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.



Raoul Erard

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).