

Décision Procédure d'opposition n° 104064 dans la cause

EMPREINTE
5 rue de l'Eau Blanche,
Zone Industrielle de Kergonan
F-29200 BREST
FR-France

Partie opposante

représentée par

GERMAIN ET MAUREAU
Rue du Commerce 4
1204 Genève

enregistrement international n° 401891 - Empreinte ((fig.))



contre

Empreintex Sàrl
ZI C 107
1844 Villeneuve

Partie défenderesse

représentée par

Adans Fernandez ? Empreintex Sàrl
ZI C 107
1844 Villeneuve

Marque suisse n° 812630 - EMPREINTEX IMPRESSION . BRODERIE . MANUFACTURE TEXTILE ((fig.))



EMPREINTEX
IMPRESSION • BRODERIE • MANUFACTURE TEXTILE

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° 812630 - "EMPREINTEX IMPRESSION . BRODERIE . MANUFACTURE TEXTILE ((fig.))" (ci-après marque attaquée) a été publié le 08.04.2024 dans Swissreg. Il revendique entre autres les produits suivants:

Classe 24: Tissus textiles pour la lingerie.

Classe 25: Ceintures en matières textiles (habillement); articles de chapellerie en matières textiles thermiques.

2. Le 05.07.2024, la partie opposante a formé opposition partielle à l'encontre de cet enregistrement.
3. L'opposition se fonde sur l'enregistrement international n° 401891 "Empreinte ((fig.))" (ci-après marque opposante), enregistré pour les produits suivants :
Classe 25: Gaines, soutiens-gorge et lingerie féminine; chemisiers, maillots de bain, robes de plage, ensembles de plage.
4. Le 10.07.2024, l'Institut a émis une décision impartissant un délai à la partie défenderesse pour présenter une prise de position.
5. Le 23.08.2024, la défenderesse n'ayant pas présenté de réponse dans le délai imparti, l'Institut a émis une décision de clôture de la procédure d'instruction.
6. Les arguments de la partie opposante, dans la mesure où ils seront décisifs, seront pris en compte dans les considérants suivants.

II. Conditions requises pour une décision sur le fond

1. Selon l'art. 31 LPM, le titulaire d'une marque antérieure peut former opposition contre un nouvel enregistrement en se fondant sur l'art. 3 al. 1 LPM. L'opposition doit être motivée par écrit dans les trois mois qui suivent la publication de l'enregistrement. La taxe d'opposition doit également être payée dans ce délai (art. 31 al. 2 LPM).
2. La marque attaquée a été déposée le 03.01.2024. La marque opposante est antérieure car elle a été enregistrée dans le registre international le 26.10.1973 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 03.07.1973. 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 l'Arrangement de Nice ne préjuge pas d'une éventuelle similarité. En effet, ce système de répartition en classes ne remplit qu'une

fonction d'aide purement formelle. La pratique a développé un certain nombre d'indices de l'existence ou non de la similarité (cf. Directives, Partie 6, ch. 6.1 et ss).

2. La marque attaquée revendique les produits suivants :

Classe 24: Tissus textiles pour la lingerie.

Classe 25: Ceintures en matières textiles (habillement); articles de chapellerie en matières textiles thermiques.

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

Classe 25: Gaiques, soutiens-gorge et lingerie féminine; chemisiers, maillots de bain, robes de plage, ensembles de plage.

4. Les produits contestés de la classe 24 « *tissus textiles pour la lingerie* » n'ont pas de point de contact au sens de l'art. 3 al. 1 LPM avec les produits de la marque opposante en classe 25 « *gaiques, soutiens-gorge et lingerie féminine; chemisiers, maillots de bain, robes de plage, ensembles de plage* ». Nous sommes en présence ici de matières premières, d'une part, et de produits finis, d'autre part. De manière générale, les matières premières et les produits finis ou semi-finis ne sont pas similaires (Directives, Partie 6, ch. 6.1.1.2 ; TAF, B-5916/2015, cons. 4.5.1 – *LUX / LUTZ (fig.)* ; TAF, B-1342/2018, cons. 7.3 – *[Apfel] (fig.)*, *APPLE / APPLE BOUTIQUE*). Toutefois, il peut être fait exception à ce principe lorsque, pour le public, les matières premières ont une importance telle dans la qualité du produit fini qu'elles ne peuvent être attribuées qu'au même titulaire de marque (CREPI, sic ! 2004, 418, cons. 5 – *Resinex / Resinex* ; TAF, B-1342/2018, cons. 5.5 – *[Apfel] (fig.)*, *APPLE / APPLE BOUTIQUE*). Dans le cas d'espèce, si l'on peut admettre que les tissus peuvent avoir une certaine importance dans la qualité d'un vêtement du point de vue du public, il ne s'agit pas d'un argument suffisant pour admettre la similarité. En effet, la nature et le but des produits diffèrent. Il en est de même du savoir-faire et des lieux de fabrication. Les destinataires diffèrent également dans le sens que les uns sont des professionnels, à savoir des fabricants de vêtements, de lingerie alors que les autres sont des consommateurs finaux, respectivement des consommatrices. Ces produits ne sont pas non plus en compétition et ne suivent pas les mêmes voies de diffusion ou de distribution. Les points de vente diffèrent également. Au vu de ces éléments, le simple fait que les produits de la classe 25 sont fabriqués en partie en utilisant la matière visée par les produits de la classe 24 ne permet pas d'admettre la similarité (voir également à ce sujet IPI, opposition n° 101768, III., B., cons. 11 – *GAP / GAPALA [fig.]* ; voir aussi IPI opposition n° 100360, III., B., cons. 7 – *[fig.] / USA.POLO.SPOR.COMPANY Since 1870 [fig.]*; les deux décisions sont accessibles sur le site de l'Institut sous <https://ph.ige.ch/ph/index.xhtml>). Ainsi, malgré le fait que la qualité d'un vêtement dépendra aussi de la qualité du tissu dans lequel il est confectionné, le public ne peut pour ces motifs retenir que ces catégories de produits proviennent de la même entreprise. Ces produits sont donc différents.

Les produits contestés de la classe 25 « *ceintures en matières textiles (habillement)* » ont des points de contact avec les produits de la classe 25 de la marque opposante « *gaiques, soutiens-gorge et lingerie féminine; chemisiers, maillots de bain, robes de plage, ensembles de plage* » de la marque opposante. Il s'agit en effet dans les deux cas de vêtements, d'articles d'habillement. Leur nature, leur but et leur utilisation sont proches. Ils servent en particulier le même objectif de se vêtir et de se protéger. Ils proviennent généralement des mêmes types d'entreprises et suivent généralement les mêmes voies de distribution (voir à ce sujet par exemple, TAF, B-6732/2014, cons. 3.1 et 3.2 – *CALIDA / CALYANA*). Ces produits sont donc similaires.

Les produits contestés de la classe 25 « *articles de chapellerie en matières textiles thermiques* » ont des points de contact avec les produits de la classe 25 « *gaiques, soutiens-gorge et lingerie féminine; chemisiers, maillots de bain, robes de plage, ensembles de plage* » de la marque opposante. Il est généralement admis que les divers articles de la classe 25 sont similaires en particulier quand il s'agit de comparer des vêtements avec des chaussures et des articles de chapellerie (voir par exemple, TAF, B-7500/2006, cons. 7.2 – *Diva / DD DIVO DIVA [fig.]*). Ces produits sont donc similaires.

5. Il est à constater que les produits sont en partie similaires et en partie différents.
6. Pour les produits différents, soit en classe 24 « *tissus textiles pour la lingerie* », 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.]*).

7. 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. L'élément verbal est formé du mot « Empreinte ». La partie figurative consiste dans une écriture stylisée de type manuscrite et en italique. La lettre « E » est en majuscule et d'une taille un peu plus grande que les autres lettres. Cette lettre forme aussi deux parties arrondies bien visibles. La partie arrondie inférieure s'étend quelque peu sous la lettre « m » comme un trait arrondi de soulignement. Au regard de ces caractéristiques, l'Institut retient que la marque opposante est essentiellement dominée par son élément verbal.
4. La marque contestée est un signe combiné. Elle est composée de l'élément verbal « EMPREINTEX » écrit en caractères gras et en majuscules. Ce mot, de par sa taille et sa position, constitue la partie essentielle de la marque. Il comporte un trait fin de soulignement qui est interrompu au milieu par un petit carré comportant une croix blanche sur fond noir, ce qui constitue un renvoi à la croix suisse. Cet élément est toutefois tellement petit qu'il est à peine perceptible. En dessous du trait de soulignement, figurent trois éléments verbaux : « IMPRESSION », « BRODERIE », « MANUFACTURE TEXTILE ». Ils sont écrits en lettres majuscules et ils sont d'une taille nettement plus petite que l'élément verbal principal « EMPREINTEX ». Ces éléments verbaux sont séparés par un point. L'ensemble des éléments verbaux sont reproduits dans une police d'écritures purement banale. Le tout est présenté sur une surface rectangulaire qui forme une sorte de cadre. Compte tenu de ces caractéristiques, l'Institut considère que la marque attaquée est, elle aussi, essentiellement dominée par ses éléments verbaux et, tout particulièrement, par le mot « EMPREINTEX » compte tenu de sa taille plus importante.
5. Sur le plan visuel, les signes sont similaires dans la mesure des lettres « EMPREINTE » (**Empreinte / EMPREINTEX**) et diffèrent dans la mesure des éléments supplémentaires ou caractéristiques de chacune des marques soit : l'écriture stylisée pour la marque opposante, et, pour la marque contestée, la lettre « X », les mots supplémentaires et la disposition générale des éléments. Il est à noter que dans le signe contesté l'élément visuellement accrocheur de par sa taille et son écriture en gras est le mot « EMPREINTEX ».
6. Sur le plan auditif, les signes sont similaires dans la mesure du son des lettres « e m p r e i n t (e) » et diffèrent par le son de la lettre supplémentaire du mot principal du signe contesté, soit le son de la lettre « x » (**e m p r e i n t (e) / e m p r e i n t e x**). Il convient de préciser, comme cela ressort de la typographie utilisée, que le « e » du mot « empreinte » de la marque opposante ne sera probablement pas prononcé (« e » muet) alors que la présence du « x » supplémentaire du signe contesté formera la syllabe « ...tex » et le « e » sera prononcé dans ce signe. Les mots supplémentaires du signe contesté sont d'une telle petite taille, qu'ils ne devraient normalement pas être prononcés dans le cadre d'une perception normale ou usuelle du signe par le public. Si toutefois ils devaient être prononcés, les signes se différencieraient également par le son des lettres qui composent ces mots.
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 est composée du mot « empreinte » qui signifie notamment « *marque en creux ou en relief laissée par un corps qu'on presse sur une surface* » (exemple : « *des médailles frappées à la même empreinte* »), « *trace naturelle* » (exemple : « *l'empreinte d'un pied sur le sable* », « *empreintes digitales* ») ou encore « *marque profonde durable* » (au sens figuré) (exemple : « *il a gardé l'empreinte de son milieu familial* ») (voir le Petit Robert, dictionnaire de la langue française, <https://petitrobert.lerobert.com/robert.asp>).
9. L'élément verbal « empreintex » constituant l'essentiel du signe contesté n'a pas de signification. Il est toutefois possible que le public (francophone) perçoive le mot « empreinte » dans ce signe vu qu'il ne s'en différencie que par une lettre (le « x » final). Pour le reste, il est à remarquer que le signe contesté contient les mots « impression », « broderie » et « manufacture textile » ainsi que la représentation d'une croix suisse et il véhicule donc les concepts ou contenus sémantiques correspondants. Ces derniers éléments sont toutefois d'une importance secondaire dans l'impression d'ensemble du signe par rapport au mot « empreintex ».
10. A première vue, les signes ne présentent pas de similarité conceptuelle. Toutefois, comme le signe contesté contient dans sa partie verbale principale un mot formé de toutes les lettres de la marque opposante, soit le mot « empreinte », et que ce mot est bien perceptible, il convient de retenir un certain degré similarité conceptuelle dans cette mesure.
11. Au vu de ce qui précède, il convient de retenir l'existence de fortes similitudes entre les signes et de déterminer si elles sont 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, les produits en cause étant simplement similaire, il n'y a donc pas d'effet interactif.
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 en cause sont des produits de la classe 25. En ce qui concerne cette catégorie de produits, il y a lieu de prendre en compte que les vêtements par exemple sont, en comparaison avec des articles de grande consommation et d'usage courant, généralement obtenus avec un degré d'attention légèrement plus élevé, étant donné qu'ils sont fréquemment essayés avant d'être

achetés (voir Directives, Partie 6, ch. 6.6 ; TAF, B-6732/2014, cons. 5.2 – *CALIDA / CALYANA*) ; TAF, B-1342/2018, cons. 6.2 – *APPLE / APPLE BOUTIQUE*). Le degré d'attention est donc normal, moyen voir légèrement plus élevé pour certains produits.

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, la marque opposante renvoie à la signification du mot « empreinte » (voir ci-dessus, III., C., 8.) et n'a pas de sens directement descriptif en relation avec les produits en cause. Elle dispose de ce fait d'une force distinctive et d'un champ de protection normaux en rapport avec eux.
7. Les produits sont similaires. Les signes présentent des similarités visuelles, auditives et conceptuelles. Le champ de protection de la marque opposante est normal. Le degré d'attention du consommateur est supposé être normal, voire légèrement plus élevé que la moyenne. Le fait que les marques aient en commun les lettres « EMPREINTE » (**Empreinte / EMPREINTEX**) est un élément fort de convergence qui influence grandement leur impression d'ensemble, qui est ainsi très proche. De manière générale, la reprise de la marque opposante ou la reprise d'un élément essentiel de cette marque par la marque contestée est de nature à fonder un risque de confusion. Le mot « EMPREINTE » est en effet bien perceptible dans les deux marques tant visuellement qu'auditivement. Dans la mesure où ce mot a une signification et qu'il est repris de manière quasi intégrale dans le signe contesté, le contenu sémantique qu'il véhicule peut également être un élément de rapprochement. Le fait que les signes présentent des divergences d'écriture et de présentation et le fait que le signe contesté contienne des mots supplémentaires ne changent pas ces constatations. En effet, ces éléments apparaissent comme secondaires par rapport à l'importante convergence sur les lettres ou le mot « EMPREINTE ». Les mots supplémentaires du signe contesté (« impression », « broderie », « manufacture textile ») sont des indications faibles voire descriptives en rapport avec les produits en cause et mettent ainsi d'autant plus en évidence l'élément distinctif ou le plus distinctif du signe, à savoir : « EMPREINTEX ». Comme déjà relevé auparavant, ce mot domine l'impression d'ensemble et sera donc facilement perçu et prononcé. Son caractère visuel accrocheur fera que l'attention sera directement et naturellement portée sur lui. Dans ces conditions, en présence de produits similaires, le public peut facilement confondre les marques, même en prenant en compte un degré d'attention légèrement supérieur à la moyenne de sa part. Il est possible et même probable que le public perçoive les divergences existantes entre les signes mais il pourrait dans cette hypothèse facilement penser à une série de marque ou à une variante de la marque de base et les attribuer au même titulaire ou à des titulaires liés entre eux. Les conditions du risque de confusion indirect sont donc aussi remplies.
8. L'opposition n° 104064 est donc partiellement bien fondée. L'enregistrement de la marque suisse n° 812630 "EMPREINTEX IMPRESSION . BRODERIE . MANUFACTURE TEXTILE ((fig.))" est révoqué pour les produits suivants :

Classe 25: Ceintures en matières textiles (habillement); articles de chapellerie en matières textiles thermiques.

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 (Directives, Partie 1, ch. 7.3.2.3).
3. Les procédures d'opposition devant être simples, rapides et bon marché, il est alloué en pratique une indemnité de CHF 1'200.00 par échange d'écritures (Directives, Partie 1, ch. 7.3.2.2).
4. L'opposition est admise seulement partiellement. En application des critères mentionnés ci-dessus, les frais des parties sont à compenser et la taxe d'opposition est à répartir par moitié. Comme la partie défenderesse n'a pas présenté de réponse, elle n'a pas de frais ; au demeurant, en tant qu'elle n'est pas représentée par un mandataire professionnel, elle n'aurait de toute manière pas droit à des dépens. Quand il y a compensation, chaque partie doit la moitié à l'autre, et, comme les deux doivent le même montant, les dépens sont dans ce cas compensés. Dans le cas d'espèce toutefois, comme la partie défenderesse n'a pas de frais à indemniser, elle doit à la partie opposante un montant de CHF 600.00 correspondant à la moitié de l'indemnité de CHF 1'200.00. La partie défenderesse doit également rembourser à la partie opposante la moitié de la taxe d'opposition, soit CHF 400.00. Il est ainsi à mettre à la charge de la partie défenderesse le paiement à la partie opposante de CHF 1'000.00 (CHF 600.00 + CHF 400.00) à titre de dépens.

Pour ces motifs, il est

décidé:

1.

L'opposition n° **104064** est partiellement admise.

2.

L'enregistrement de la marque suisse n° 812630 - "EMPREINTEX IMPRESSION . BRODERIE . MANUFACTURE TEXTILE ((fig.))" est révoqué pour les produits suivants:

Classe 25: Ceintures en matières textiles (habillement); articles de chapellerie en matières textiles thermiques.

3.

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

4.

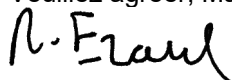
Il est mis à la charge de la partie défenderesse le paiement à la partie opposante de CHF 1'000.00 (y compris le remboursement de la moitié de la taxe d'opposition) à titre de dépens.

5.

La présente décision est notifiée par écrit aux parties.

Berne, le 27 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).