

Décision Procédure d'opposition n° 104303 dans la cause

SPIE Operations
10 avenue de l'Entreprise
F-95863 CERGY PONTOISE
FR-France

Partie opposante

représentée par

BOVARD SA
Conseils en propriété intellectuelle
Optingenstrasse 16
3013 Berne

enregistrement international n° 1107028 - SPIE ((fig.))



contre

Ascend Sport Technology AG
Bergstrasse 27
6010 Kriens

Partie défenderesse

Marque suisse n° 820950 - SPIQE ((fig.))



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

considérant :

I. Faits et procédure

1. L'enregistrement de la marque suisse n° 820950 - "SPIQE ((fig.))" (ci-après : la marque attaquée) a été publié le 03.10.2024 dans Swissreg. Elle revendique entre autres les services suivants :

Classe 42: Wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen; industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen; Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -software; Computer- und Computersoftwarevermietung; computergestütztes Design; Computerprogrammierung und Softwareentwicklung; Computersoftwaredesign und -entwicklung; Design von Werbematerial; Designberatung; Designdienstleistungen; Design-Dienstleistungen für Druckerzeugnisse; Dienstleistungen eines Grafikdesigners; Entwicklung von Anwendungslösungen für Computersoftware; Entwicklung von Computerhardware und -software; Entwicklung von Computerprogrammen; Entwicklung von Computersoftware; Entwurf von Maschinen, Geräten, Instrumenten (einschliesslich deren Teile) oder von aus solchen Maschinen, Geräten und Instrumenten bestehenden Systemen; Erstellung von technischen Gutachten; Forschung auf dem Gebiet der Technik; Forschung im Bereich Computerhardware und -software; Forschung im Bereich der Kommunikationstechnologie; Forschung im Bereich Informationstechnologie; Gestaltung von Computersoftware, -firmware, -hardware und Computersystemen; Grafikdesign; Installation von Computerprogrammen; IT-Projektmanagement; technologische Dienstleistungen; technologische Forschung.

2. En date du 19.12.2024, la partie opposante a formé opposition partielle à l'encontre de cet enregistrement dans la mesure des services précités.
3. L'opposition se fonde sur l'enregistrement international n° 1107028 "SPIE ((fig.))" (ci-après : la marque opposante), enregistrée pour les services suivants :

Classe 37 : Construction (bâtiments et travaux publics); réparation; services d'installation; supervision (direction) de travaux de construction et d'installation; installation et maintenance de tous types d'équipements électriques et électromécaniques à usage industriel ou collectif; installation et maintenance de réseaux de télécommunication et d'information; installation et maintenance d'équipements et systèmes pour le transport et la distribution de l'énergie; installation et maintenance d'automatismes; installation et maintenance de tous systèmes et infrastructures de transport (ferroviaires, urbain, autoroutier, portuaire ou aéroportuaire); construction, installation et maintenance de centrales de production d'énergie; installation et maintenance de systèmes de climatisation; construction, réhabilitation et entretien de bâtiments tous usages; construction, réhabilitation et entretien d'infrastructures, d'ouvrages d'art, de canalisations; travaux souterrains, maritimes et fluviaux; réalisation de fondations spéciales (construction); maintenance d'ensembles immobiliers; location de machines de chantiers et de matériel de construction; conseils et consultations en matière de construction (bâtiment - travaux publics).

Classe 38 : Télécommunications et informations en matière de télécommunications; messagerie électronique; communications par terminaux d'ordinateur; transmission de messages et d'images assistée par ordinateur; transmission par satellite, par câbles et fibres optiques; communications et services téléphoniques, radiotéléphonie mobile; télévision par câbles; location de temps d'accès à un centre serveur de bases de données.

Classe 42 : Architecture; arpentage; dessin industriel; établissement de plans pour la construction; conseils et consultations en matière d'ingénierie électrique et électromécanique; services de bureaux d'étude et d'ingénieurs dans le domaine de la construction, des transports et de l'ingénierie électrique et électromécanique; étude et conception de projets techniques notamment dans le domaine de la construction, des transports et de l'ingénierie électrique et électromécanique; conception et mise à jour de logiciels; location de logiciels informatiques; consultations et conseils en matière d'informatique (systèmes et réseaux); location de temps d'accès à un ordinateur pour la manipulation et le traitement de données.

4. Le 06.01.2025, l'Institut a émis une décision impartissant un délai à la partie défenderesse pour présenter une prise de position.
5. Ce courrier a été retourné à l'Institut le 10.02.2025, la partie défenderesse n'ayant pas retiré l'acte du

- 06.01.2025 dans le délai de retrait prolongé auprès de la Poste suisse.
6. Par courrier du 11.02.2025, l'Institut a transmis par pli simple (courrier A) à la partie défenderesse l'acte du 06.01.2025.
 7. Le 19.02.2025, l'Institut a émis une décision de clôture de la procédure d'instruction, la partie défenderesse n'ayant pas répondu dans le délai imparti.
 8. Le 03.03.2025, la partie défenderesse a demandé à l'Institut de recevoir une copie du mémoire d'opposition et de ses annexes, au motif qu'elle ne les aurait pas reçus.
 9. Par courrier du 04.03.2025, l'Institut a informé la partie défenderesse que l'acte d'opposition lui avait été adressé en annexe à la décision incidente de l'Institut du 06.01.2025, d'abord par courrier recommandé puis par courrier A le 11.02.2025, le courrier recommandé n'ayant pas été retiré. L'Institut a confirmé que la procédure d'instruction demeurerait close et a envoyé, à bien plaisir, une nouvelle fois l'acte d'opposition du 19.12.2024, accompagné de ses annexes.
 10. Les arguments développés par la partie opposante seront repris plus loin dans la mesure où ils sont pertinents.

II. Conditions requises pour une décision sur le fond

1. Selon l'art. 31 LPM, le titulaire d'une marque antérieure peut former opposition contre un nouvel enregistrement en se fondant sur l'art. 3 al. 1 LPM. L'opposition doit être motivée par écrit dans les trois mois qui suivent la publication de l'enregistrement. La taxe d'opposition doit également être payée dans ce délai (art. 31 al. 2 LPM).
2. La marque attaquée a été déposée le 22.01.2024. La désignation postérieure de la marque opposante est antérieure car elle a été enregistrée dans le registre international le 13.06.2019. 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 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 (cf. Directives en matière de marques [Directives], Partie 6, ch. 6.1 et ss sous www.ige.ch).
2. L'opposition vise les services suivants de la marque attaquée :

Classe 42: Wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen; industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen; Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -software; Computer- und Computersoftwarevermietung; computergestütztes Design; Computerprogrammierung und Softwareentwicklung; Computersoftwaredesign und -entwicklung; Design von Werbematerial; Designberatung; Designdienstleistungen; Design-

Dienstleistungen für Druckerzeugnisse; Dienstleistungen eines Grafikdesigners; Entwicklung von Anwendungslösungen für Computersoftware; Entwicklung von Computerhardware und -software; Entwicklung von Computerprogrammen; Entwicklung von Computersoftware; Entwurf von Maschinen, Geräten, Instrumenten (einschliesslich deren Teile) oder von aus solchen Maschinen, Geräten und Instrumenten bestehenden Systemen; Erstellung von technischen Gutachten; Forschung auf dem Gebiet der Technik; Forschung im Bereich Computerhardware und -software; Forschung im Bereich der Kommunikationstechnologie; Forschung im Bereich Informationstechnologie; Gestaltung von Computersoftware, -firmware, -hardware und Computersystemen; Grafikdesign; Installation von Computerprogrammen; IT-Projektmanagement; technologische Dienstleistungen; technologische Forschung.

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

Classe 42 : Architecture; arpentage; dessin industriel; établissement de plans pour la construction; conseils et consultations en matière d'ingénierie électrique et électromécanique; services de bureaux d'étude et d'ingénieurs dans le domaine de la construction, des transports et de l'ingénierie électrique et électromécanique; étude et conception de projets techniques notamment dans le domaine de la construction, des transports et de l'ingénierie électrique et électromécanique; conception et mise à jour de logiciels; location de logiciels informatiques; consultations et conseils en matière d'informatique (systèmes et réseaux); location de temps d'accès à un ordinateur pour la manipulation et le traitement de données.

4. Les services contestés « *Wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen ; industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen ; Forschung auf dem Gebiet der Technik ; Forschung im Bereich Computerhardware und -software ; Forschung im Bereich der Kommunikationstechnologie; Forschung im Bereich Informationstechnologie; technologische Dienstleistungen; technologische Forschung* » présentent des points de contact avec les services de la classe 42 de la marque opposante « *conception et mise à jour de logiciels* ». En effet, les grandes entreprises informatiques qui fournissent ce genre de services disposent généralement de leurs propres divisions de recherche et de développement et sont donc aussi équipées et aptes à remplir des mandats externes de recherche (cf. TAF B-2844/2009, consid. 3.2 - SAP / ;asap [fig.]). Il s'ensuit que ces services ont une nature similaire, coïncident dans leur origine commerciale et s'adressent au même public. Ces services sont donc similaires.

Les services contestés « *Entwurf und Entwicklung von Computersoftware; Computerprogrammierung und Softwareentwicklung; Computersoftwaredesign und -entwicklung; Entwicklung von Anwendungslösungen für Computersoftware; Entwicklung von Computersoftware; Entwicklung von Computerprogrammen; Entwicklung von Computersoftware; Gestaltung von Computersoftware, -firmware, und Computersystemen; Installation von Computerprogrammen* » et « *Computersoftwarevermietung* », sont identiques, respectivement fortement similaires aux services de la marque opposante « *conception et mise à jour de logiciels* » et « *location de logiciels informatiques* ».

En ce qui concerne les services contestés « *Entwurf und Entwicklung von Computerhardware; Entwicklung von Computerhardware ; Gestaltung von Computerhardware* », ils présentent des liens étroits avec les logiciels dans la mesure où les uns ne peuvent fonctionner sans les autres. Les entreprises informatiques créent et développent souvent à la fois du matériel et des logiciels, par exemple les fabricants de matériel qui fournissent des logiciels optimisés pour leurs produits (cf. TAF B-2844/2009, consid. 3.2 - SAP / ;asap [fig.]). En raison du même savoir-faire dans l'élaboration de ces services et du même but, ces services peuvent être qualifiés de fortement similaires avec les services de la marque opposante. Le même raisonnement s'applique aux services contestés « *Computervermietung* » en relation avec les services de la marque opposante « *location de logiciels informatiques* ».

Les services contestés « *Entwurf von Maschinen, Geräten, Instrumenten (einschliesslich deren Teile) oder von aus solchen Maschinen, Geräten und Instrumenten bestehenden Systemen; Erstellung von technischen Gutachten* » présentent des points de contact avec les services de la marque opposante « *étude et conception de projets techniques notamment dans le domaine de la construction, des transports et de l'ingénierie électrique et électromécanique* » et « *services de bureaux d'étude et d'ingénieurs dans le domaine de la construction, des transports et de l'ingénierie électrique et électromécanique* ». Il s'agit de services d'ingénierie qui sont fournis par les mêmes prestataires, ont la même finalité à savoir le développement de projets et de produits, et sont complémentaires. Ils sont par conséquent similaires.

La similarité doit enfin être admise entre les services contestés « *computergestütztes Design; Design von Werbematerial; Designberatung; Designdienstleistungen; Design-Dienstleistungen für Druckerzeugnisse; Dienstleistungen eines Grafikdesigners; Grafikdesign; IT-Projektmanagement* » et les services de la marque opposante « *conception et mise à jour de logiciels* » (cf. TAF B-1615/2014, consid. 4.5 - Gridstream AIM / aim [fig.]).

Il est à constater que les services en question sont identiques, respectivement (fortement) similaires et il convient de passer à l'examen des signes.

C. Comparaison des signes

1. Selon le Tribunal fédéral, la différenciation entre deux marques est déterminée par l'impression d'ensemble que chacune laisse au public visé. Etant donné que celui-ci n'a le plus souvent pas l'occasion de percevoir les deux signes en même temps et ne conserve qu'un souvenir de la marque antérieure, il faut tenir compte des éléments caractéristiques des marques aptes à rester dans la mémoire du consommateur moyen. Le fait d'ajouter ou d'enlever des éléments à la partie distinctive principale d'une marque est insuffisant s'ils ne sont pas aptes à modifier de manière sensible le signe et si les marques continuent de concorder dans leurs éléments essentiels (Directives, Partie 6, ch. 6.3).
2. En l'occurrence, il s'agit de comparer une marque combinée avec une autre marque combinée.
3. Pour les marques verbales, l'impression d'ensemble est déterminée par l'effet auditif, l'effet visuel et le sens. Une similarité sur un seul de ces plans suffit en règle générale à admettre un risque de confusion. L'effet auditif est influencé par le nombre de syllabes, la cadence et la suite de voyelles. Une suite identique de voyelles et le fait que les signes opposés riment sont des indices en faveur de la similitude des marques. L'effet visuel dépend de la longueur des mots et de la similarité ou de la différence des caractères. Comme le début et la fin d'un mot s'imprègnent très bien dans la mémoire, ces deux éléments revêtent une importance plus grande dans l'appréciation de l'effet auditif et de l'effet visuel que les syllabes médianes (Directives, Partie 6, ch. 6.3.1).
4. 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).
5. La marque opposante se présente comme suit :



Elle est composée de l'élément verbal « SPIE » en lettres capitales et grasses dans une police d'écritures très légèrement stylisée qui ne s'écarte pas quoi qu'il en soit des polices d'écritures usuelles ou banales. Le point de la lettre « I » est représenté par un cercle gris hachuré de six lignes blanches. Aucune couleur n'a été revendiquée.

6. La marque attaquée se présente comme suit :



Elle est composée de l'élément verbal « SPIQE » en lettres capitales grasses dans une police d'écriture banale, à l'exception de la lettre « Q » qui est stylisée dans la mesure où sa partie supérieure gauche est

tronquée.

7. Sur le plan visuel, la marque opposante est constituée d'un mot de quatre lettres alors que la marque attaquée est composée d'un mot de cinq lettres. Les deux signes coïncident dans la mesure où ils ont en commun quatre lettres (**SPIE** / **SPIQE**). Ils diffèrent par l'élément figuratif de la marque opposante et par la lettre « Q » contenue dans la marque attaquée, cette dernière contribuant à créer une nouvelle entité homogène dans laquelle se fondent notamment les trois lettres initiales « SPI » et la lettre finale « E ». Il y a ainsi lieu de constater que les signes ne présentent que de faibles similitudes visuelles.
8. Sur le plan auditif, les signes sont similaires dans la mesure du son des lettres initiales « SPI ». Ils divergent en revanche dans la mesure du son de la lettre supplémentaire « Q » contenue dans la marque attaquée. Il est à relever qu'au vu de la signification de la marque opposante (cf. consid. 10 ci-après), elle sera prononcée « spi-è » par le destinataire italophone, respectivement « schpie » par le destinataire germanophone. La marque attaquée sera elle prononcée « spaï-ke » ou « spi-ke », ce qui induit une cadence de lecture ainsi qu'une intonation différentes. Dans ces conditions, il y a lieu de retenir une faible coïncidence phonétique entre les marques opposées.
9. Comme le destinataire moyen de la marque retravaille dans ses pensées, parfois inconsciemment, ce qu'il lit ou entend, le sens d'une marque verbale est aussi déterminant pour l'impression d'ensemble. A côté de la signification propre du mot entrent en considération des associations de pensées que le signe suscite inévitablement. Des significations marquantes, qui s'imposent à l'esprit, à la lecture ou à l'écoute, sont aussi de nature à dominer l'impression d'ensemble. Si une des marques renvoie clairement à un sens qui ne se retrouve pas dans l'autre marque, la probabilité que le public acheteur soit trompé par un effet auditif ou visuel similaire est mince (Directives, Partie 6, ch. 6.3.1).
10. Sur le plan sémantique ou conceptuel, le terme « spie » consiste en la forme plurielle du mot italien « spia » qui se traduit en français par « espion ; indice ; voyant » (cf. dictionnaire bilingue Garzanti, sous <https://www.garzantilinguistica.it/>, consulté le 19.05.2025). Il consiste également en la 3^{ème} personne du singulier du prétérit du verbe allemand « speien » qui signifie en français « cracher » (cf. dictionnaire bilingue Pons, sous <https://de.pons.com/>, consulté le 19.05.2025).

Le terme « spique » n'a quant à lui aucune signification dans les langues d'examen (cf. les ouvrages de référence pertinents : Le Petit Robert de la langue, française, disponible sous : <https://petitrobert.lerobert.com/robert.asp> ; DUDEN, disponible sous : <https://www.duden.de/woerterbuch> ; SAPERE, disponible sous : <https://www.sapere.it/sapere/dizionario.html> ; Collins, disponible sous : <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>, consultés le 19.05.2025).

Il y a ainsi lieu de constater que les signes ne présentent pas de similarité conceptuelle ou sémantique.

11. Au vu de ce qui précède, il convient de retenir l'existence de faibles similitudes visuelle et auditive entre les signes et de déterminer si cette concordance est de nature à fonder un risque de confusion.

D. Risque de confusion

1. Il y a risque de confusion au sens de l'art. 3 al. 1 let. c LPM, lorsque le signe le plus récent porte atteinte à la fonction distinctive de la marque antérieure. Une telle atteinte est donnée lorsqu'il y a un danger que le public concerné soit induit en erreur par la similitude des marques et attribue les produits portant l'un ou l'autre signe au mauvais titulaire. Une vague possibilité de confusion ne suffit pas. Il doit être vraisemblable que le consommateur moyen confonde les marques (Directives, Partie 6, ch. 6.4.1).
2. L'appréciation de la similitude ou de la différence entre deux marques ne se fait pas sur la base d'une comparaison abstraite des signes mais en fonction de l'ensemble des circonstances du cas d'espèce. La mesure de la différence dépend, d'une part, de l'étendue du domaine de similitude auquel le titulaire de la marque antérieure peut prétendre, et, d'autre part, des catégories de produits ou de services pour lesquelles les marques opposées sont enregistrées (Directives, Partie 6, ch. 6.5).
3. Plus les produits ou les services pour lesquels les marques sont enregistrées sont proches, plus il y a risque de confusion et plus le signe postérieur devra se distinguer du signe antérieur pour exclure ce risque. Il en est de même du cas inverse. Il y a donc interaction entre la similitude des signes et la similarité des produits ou des services (Directives, Partie 6, ch. 6.5). En l'espèce, une partie des services en cause étant

identiques, respectivement fortement similaires, il sied d'apprécier le risque de confusion avec une rigueur particulière pour ceux-ci. Pour les services restants, l'effet interactif est neutre.

4. Il faut également considérer le degré d'attention avec lequel les produits sont achetés ou pris en compte. La jurisprudence est d'avis que pour les produits de masse de consommation courante ou quotidienne, il faut s'attendre à un degré d'attention et à une capacité de distinction moindre que pour des produits spécifiques qui s'adressent à un cercle plus restreint de consommateurs, tels que des professionnels (Directives, Partie 6, ch. 6.6). En l'occurrence, on s'attend à un degré d'attention élevé pour les services de la classes 42 (services scientifiques et de recherches industrielles), qui ne couvrent pas uniquement des besoins quotidiens et présupposent par conséquent une relation économique plus intense (cf. TAF B-6783/2017, consid. 3 – UBER / uberall [fig.]; TAF B-3012/2012, consid. 4.2.1 – PALLAS / Pallas Seminare [fig.]).
5. Le champ de protection d'une marque se détermine par son caractère distinctif, le domaine de similitude protégé étant plus restreint pour les marques faibles que pour les marques fortes. Pour les marques faibles, de légères modifications sont déjà susceptibles de constituer une différence suffisante. Il convient à ce propos de rappeler que le champ de protection de chaque marque est limité par la sphère du domaine public. Ce qui est libre du point de vue du droit des marques reste par définition à la libre disposition du commerce. Les marques qui sont proches d'un signe du domaine public ont un champ de protection limité. De telles marques peuvent bien entendu être valables, mais leur champ de protection ne s'étend pas à l'élément appartenant au domaine public. Ce principe s'applique aussi pour les marques fortes (Directives, Partie 6, ch. 6.7).
6. En l'espèce, la marque opposante n'a pas de signification dans les langues nationales ni même en anglais (cf. consid. III. C. 10) et n'a dès lors aucune signification descriptive en relation avec les produits sur lesquels elle se fonde. Elle dispose de ce fait d'une force distinctive et d'un champ de protection normaux en relation avec eux.
7. En l'occurrence, bien que la marque attaquée reprenne les trois premières lettres ainsi que la lettre finale de la marque opposante, l'adjonction de la lettre « Q » dans la marque attaquée confère à cette dernière une sonorité différente et une impression d'ensemble qui se démarque de celle dégagée par la marque opposante. Ces divergences ont pour conséquence d'éloigner de manière suffisante les signes quant à leurs impressions visuelle et sonore. Il convient de rappeler également que des mots courts sont visuellement et auditivement frappants et seront donc plus facilement assimilés que des mots longs. Le danger que le public ne perçoive pas de différence est ainsi réduit et c'est pourquoi des confusions résultant de l'écoute ou de la lecture ne se produisent que rarement en présence de signes courts, comme c'est le cas en l'espèce (Directives, Partie 6, ch. 6.3.1).
8. En outre, étant donné le degré d'attention élevé du public visé (cf. consid. 4 ci-avant), des différences mineures suffisent pour exclure un risque de confusion. Ainsi, compte tenu du champ de protection normal de la marque opposante, les éléments concordants entre les signes n'ont pas suffisamment de poids par rapport aux différences constatées précédemment pour fonder un risque de confusion, même en prenant en compte l'effet interactif dû à l'identité ou la forte similarité d'une partie des services en présence. Un risque de confusion peut dès lors être dénié.
9. 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.
10. L'opposition n° 104303 est donc mal fondée.

IV. Répartition des frais

1. La taxe d'opposition reste acquise à l'Institut (art. 31 LPM en relation avec l'art. 1 ss. OTa-IPI et annexe à l'art. 3 al. 1 OTa-IPI).
2. En statuant sur l'opposition, l'Institut doit décider si et dans quelle mesure les frais de la partie qui obtient gain de cause doivent être supportés par celle qui succombe (art. 34 LPM). Les frais de procédure sont en règle générale mis à la charge de la partie qui succombe. La partie qui obtient gain de cause se voit en principe attribuer une indemnité (dépens). Si le défendeur n'a ni répondu, ni participé d'une autre

manière à la procédure, il ne se verra pas allouer de dépens, même s'il obtient gain de cause (Directives, Partie 1, ch. 7.3.2.3).

3. Les procédures d'opposition devant être simples, rapides et bon marché, il est alloué en pratique une indemnité de CHF 1'200.00 par échange d'écritures. Les écritures des parties qui n'ont pas été sollicitées ne sont généralement pas indemnisées. Si la partie n'est pas représentée ou si le mandataire se trouve dans un rapport de service avec la partie qu'il représente, l'Institut alloue un montant pour ses débours et autres frais en tant qu'ils dépassent CHF 50.00 (Directives, Partie 1, ch. 7.3.2.2).
4. L'opposition est rejetée dans son intégralité. La procédure a nécessité un seul échange d'écritures, à savoir le mémoire d'opposition, et il n'y a pas de raison de s'écarter de la pratique citée. Comme la partie défenderesse n'a pas présenté de réponse, il n'y a pas lieu de lui attribuer des dépens. La taxe d'opposition est supportée par la partie opposante.

Pour ces motifs, il est

décidé:

1.

L'opposition n° **104303** est rejetée.

2.

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

3.

Il n'est pas alloué de dépens.

4.

La présente décision est notifiée par écrit aux parties.

Berne, le 20 mai 2025

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.



Cédric Freymond

Indication des voies de droit:

La présente décision peut faire l'objet d'un recours écrit auprès du Tribunal administratif fédéral, case postale 9023, St-Gall, dans un délai de 30 jours à compter de sa notification. Le délai de recours est observé lorsque le recours est remis au Tribunal administratif fédéral ou, à son adresse, à un bureau de poste suisse ou à une représentation diplomatique ou consulaire suisse le dernier jour du délai au plus tard (art. 21 al. 1 de la Loi fédérale sur la procédure administrative [PA]). Le mémoire de recours doit être rédigé dans une langue officielle suisse; il doit indiquer les conclusions, motifs et moyens de preuve et porter la signature du recourant ou de son mandataire. La décision attaquée et les pièces invoquées comme moyens de preuve doivent être joints pour autant qu'elles soient en mains de la partie recourante (art. 52 al. 1 PA).