

Décision Procédure d'opposition n° 104793 dans la cause

Les Laboratoires Servier
50 rue Carnot
F-92284 Suresnes cedex
FR-France

Partie opposante

représentée par

GERMAIN ET MAUREAU
Rue du Commerce 4
1204 Genève

enregistrement international n° 1717073 - SERVIER ((fig.))



contre

WEFACE LTD
Room D, Flat 10 Hamilton Lodge 2 Cleveland Grove
E1 4XH London
GB-Royaume-Uni

Partie défenderesse

représentée par

Fangyan Ju
SwissMailBox #3
Rue Le-Corbusier 12
1208 Genève

Marque suisse n° 831881 - Sovier

L'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (ci-après : IPI) 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° 831881 - "Sovier" (ci-après marque attaquée) a été publié le 11.06.2025 dans Swissreg. Il revendique notamment les produits suivants :

Classe 3 : Produits cosmétiques et préparations de toilette non médicamenteux; dentifrices non médicamenteux; produits de parfumerie, huiles essentielles; préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser.

Classe 5 : Compléments alimentaires de régime; compléments nutritionnels; produits pharmaceutiques, préparations médicales et vétérinaires; produits hygiéniques pour la médecine; aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire, aliments pour bébés; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux; emplâtres, matériel pour pansements; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires; désinfectants; préparations pour la destruction des animaux nuisibles; fongicides, herbicides.

Classe 10 : Appareils et instruments chirurgicaux, médicaux, dentaires et vétérinaires; membres, yeux et dents artificiels; articles orthopédiques; matériel de suture; dispositifs thérapeutiques et d'assistance conçus pour les personnes handicapées; appareils de massage.

2. Le 02.09.2025, la partie opposante a formé opposition partielle à l'encontre de cette marque.
3. L'opposition se fonde sur l'enregistrement international n° 1717073 "SERVIER ((fig.))" (ci-après marque opposante), enregistré notamment pour les produits suivants :

Classe 5 : Produits pharmaceutiques, préparations médicales et vétérinaires; produits hygiéniques pour la médecine; aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire, aliments pour bébés; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux; emplâtres, matériel pour pansements; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires; désinfectants; produits pour la destruction d'animaux nuisibles; fongicides, herbicides; biomatériaux sous forme de tissus biologiques à usage médical.

Classe 10 : Appareils, instruments et équipements médicaux, chirurgicaux, dentaires et vétérinaires membres, organes, yeux et dents artificiels; articles orthopédiques; instruments chirurgicaux destinés à la chirurgie orthopédique; implants médicaux, chirurgicaux et orthopédiques faits de matériaux artificiels; matériel de suture; bas, collants et chaussettes de contention; bas, collants et chaussettes à varices; bandes de pansement de contention; appareils, instruments et équipements médicaux pour l'introduction de préparations pharmaceutiques dans le corps humain notamment pour la libération prolongée, contrôlée ou immédiate de substances actives; dispositifs de perfusion et seringues à usage médical; instruments de mesure médicaux, en particulier ceux qui peuvent transmettre directement des données dans une base de données, en particulier instruments de mesure de fièvre, moniteurs de fréquence cardiaque; appareils, instruments et équipements issus de la robotique à usage médical; nanorobots à usage médical; appareils, instruments et équipements issus de la bionique à usage médical; dispositifs médicaux, à savoir matières connectées à usage médical; dispositifs médicaux, à savoir matières intelligentes à usage médical; appareils de diagnostic médical pour tests d'allergies; appareils pour analyses de sang; dispositifs médicaux destinés à être ingérés; capsules vidéo-endoscopiques; appareils médicaux pour mesurer les changements biochimiques dans le sang; dispositifs de biomarqueurs dans le sang; appareils médicaux d'endoscopie; inhalateurs; tensiomètres; appareils de mesure et de surveillance physiologique à usage médical; appareils de télémétrie à usage médical; instruments d'acupuncture; appareils auditifs; analyseurs automatiques à usage médical; appareils d'imagerie médicale; appareils de massage.

4. Le 03.09.2025, l'IPI a émis une décision impartissant un délai à la partie défenderesse pour présenter une prise de position.
5. Le 16.10.2025, la défenderesse n'ayant pas répondu à la demande d'opposition, l'IPI 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 06.06.2025. La marque opposante est antérieure car elle a été enregistrée dans le registre international le 29.11.2022 avec une priorité à la France au 28.09.2022 selon la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle (CUP, RS 0.232.04). 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 ou services identiques ou similaires, lorsqu'il en résulte un risque de confusion.

B. Comparaison des produits

1. Des produits et/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, Partie 6, ch. 6.1 et ss).
2. La marque attaquée revendique les produits suivants :

Classe 3 : Produits cosmétiques et préparations de toilette non médicamenteux; dentifrices non médicamenteux; produits de parfumerie, huiles essentielles; préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser.

Classe 5 : Compléments alimentaires de régime; compléments nutritionnels; produits pharmaceutiques, préparations médicales et vétérinaires; produits hygiéniques pour la médecine; aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire, aliments pour bébés; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux; emplâtres, matériel pour pansements; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires; désinfectants; préparations pour la destruction des animaux nuisibles; fongicides, herbicides.

Classe 10 : Appareils et instruments chirurgicaux, médicaux, dentaires et vétérinaires; membres, yeux et dents artificiels; articles orthopédiques; matériel de suture; dispositifs thérapeutiques et d'assistance conçus pour les personnes handicapées; appareils de massage.

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

Classe 5 : Produits pharmaceutiques, préparations médicales et vétérinaires; produits hygiéniques pour la médecine; aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire, aliments pour bébés; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux; emplâtres, matériel pour pansements; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires; désinfectants; produits pour la destruction d'animaux nuisibles; fongicides, herbicides; biomatériaux sous forme de tissus biologiques à usage médical.

Classe 10 : Appareils, instruments et équipements médicaux, chirurgicaux, dentaires et vétérinaires membres, organes, yeux et dents artificiels; articles orthopédiques; instruments chirurgicaux destinés à la chirurgie orthopédique; implants médicaux, chirurgicaux et orthopédiques faits de matériaux artificiels; matériel de suture; bas, collants et chaussettes de contention; bas, collants et chaussettes à varices; bandes de pansement de contention; appareils, instruments et équipements médicaux pour l'introduction de préparations pharmaceutiques dans le corps humain notamment pour la libération prolongée, contrôlée ou immédiate de substances actives; dispositifs de perfusion et seringues à usage médical; instruments de mesure médicaux, en particulier ceux qui peuvent transmettre directement des données dans une base de données, en particulier instruments de mesure de fièvre, moniteurs de fréquence cardiaque; appareils, instruments et équipements issus de la robotique à usage médical; nanorobots à usage médical; appareils, instruments et équipements issus de la bionique à usage médical; dispositifs médicaux, à savoir matières connectées à usage médical; dispositifs médicaux, à savoir matières intelligentes à usage médical; appareils de diagnostic médical pour tests d'allergies; appareils pour analyses de sang; dispositifs médicaux destinés à être ingérés; capsules vidéo-endoscopiques; appareils médicaux pour mesurer les changements biochimiques dans le sang; dispositifs de biomarqueurs dans le sang; appareils médicaux d'endoscopie; inhalateurs; tensiomètres; appareils de mesure et de surveillance physiologique à usage médical; appareils de télémétrie à usage médical; instruments d'acupuncture; appareils auditifs; analyseurs automatiques à usage médical; appareils d'imagerie médicale; appareils de massage.

4. Les produits contestés de la classe 3 « *produits cosmétiques et préparations de toilette non médicamenteux; dentifrices non médicamenteux; produits de parfumerie, huiles essentielles* » ont des points de contact avec les « *produits pharmaceutiques, préparations médicales; produits hygiéniques pour la médecine; désinfectant* » de la classe 5 de la marque opposante. En effet, les produits de soins corporels sont aujourd'hui largement distribués par les mêmes canaux de distribution que les produits pharmaceutiques, notamment les pharmacies et les drogueries (voir CREPI, sic ! 1997, 298, cons. 4 – Neutrogena / Neutria). Dans ces points de vente, les médicaments côtoient régulièrement des crèmes pour la peau, des déodorants ou des produits autobronzants, ce qui renforce l'idée d'un chevauchement entre les deux catégories. La frontière entre les produits cosmétiques et ceux ayant un effet thérapeutique est par ailleurs de plus en plus floue, en particulier dans le domaine des soins de la peau, où se développent des produits à la fois cosmétiques et thérapeutiques, souvent désignés sous le terme de « cosmeceuticals ». Cette évolution montre que les deux catégories poursuivent un but proche à savoir celui prendre soin du corps, parfois avec un effet embellissant, parfois avec un effet médical léger. Même lorsque les produits de classe 3 sont décrits comme « cosmétiques non médicamenteux » ou « préparations de toilette », cette précision n'exclut pas leur rapprochement avec les produits de classe 5. Ils visent en effet des consommateurs similaires, suivent des voies de distribution largement communes et sont souvent fabriqués par des entreprises comparables, avec un savoir-faire technique voisin. Dans ces conditions, les marchés pertinents présentent une forte proximité et de larges recouvrements. Ces produits sont donc similaires.
5. Les produits contestés de la classe 3 « *préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser* » présentent des points de contact avec les produits de la classe 5 « *désinfectants; produits pour la destruction d'animaux nuisibles; fongicides* » de la marque opposante. Il n'est notamment pas possible de faire une distinction juridique suffisante entre les produits désinfectants et fongicides de la marque antérieure et les produits de nettoyage et d'entretien de la marque contestée, car ces derniers peuvent également servir à la désinfection ou à l'élimination de vermine, de champignons ou d'insectes par exemple (voir décision IPI dans la procédure d'opposition n° 14352, III, B, 8. – MITO (fig.) / Mito). Ces produits sont donc similaires.
6. Les produits contestés de la classe 5 « *compléments alimentaires de régime; compléments nutritionnels; produits pharmaceutiques, préparations médicales et vétérinaires; produits hygiéniques pour la médecine; aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire, aliments pour bébés; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux; emplâtres, matériel pour pansements; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires; désinfectants; préparations pour la destruction des animaux nuisibles; fongicides, herbicides* » se retrouvent à l'identique ou sont compris dans le libellé de la classe 5 de la marque opposante « *produits pharmaceutiques, préparations médicales et vétérinaires; produits hygiéniques pour la médecine; aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire, aliments pour bébés; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux; emplâtres, matériel pour pansements; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires; désinfectants; produits pour la destruction d'animaux nuisibles; fongicides, herbicides* ». En ce qui concerne plus spécifiquement les

produits « *compléments alimentaires de régime ; compléments nutritionnels* », bien qu'ils ne soient pas formulés de manière équivalente dans le libellé de la marque opposante, force est de constater leur identité avec les produits « *compléments alimentaires pour êtres humains et animaux* » de la marque opposante, ceux-ci pouvant largement inclure le produit revendiqué par la marque attaquée. Ces produits sont donc identiques.

7. Les produits contestés de la classe 10 « *appareils et instruments chirurgicaux, médicaux, dentaires et vétérinaires; membres, yeux et dents artificiels; articles orthopédiques; matériel de suture; dispositifs thérapeutiques et d'assistance conçus pour les personnes handicapées; appareils de massage* » se retrouvent à l'identique ou sont compris dans le libellé de la marque opposante en classe 10 « *appareils, instruments et équipements médicaux, chirurgicaux, dentaires et vétérinaires membres, organes, yeux et dents artificiels* ». En ce qui concerne plus spécifiquement les produits « *dispositifs thérapeutiques et d'assistance conçus pour les personnes handicapée* », il y a lieu d'admettre une identité avec les produits « *appareils et instruments médicaux* » de la marque opposante, ceux-ci pouvant inclure le produit revendiqué par la marque attaquée. Ces produits sont donc identiques.
8. Il est à constater que les produits énumérés sont donc en partie similaires (classe 3) et en partie identiques (classes 5 et 10) 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. S'agissant des marques verbales, l'impression d'ensemble est déterminée par l'effet auditif, l'effet visuel et le sens. Une similarité sur un seul de ces plans suffit en règle générale à admettre un risque de confusion (Directives, Partie 6, ch. 6.3.1).
3. 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).
4. En l'occurrence, le signe opposant est une marque combinée composée de l'élément verbal « Servier » et d'une petite étoile suivant la lettre « R ». La jambe de cette dernière est rallongée et courbée remontant vers le haut et faisant un lien entre l'élément verbal et l'élément figuratif. Les couleurs revendiquées sont *tangerine orange*, Pantone 171C, pour la petite étoile et *midnight blue*, Pantone 2756C, pour le mot « Servier ». Le terme « Servier » est clairement reconnaissable malgré sa police légèrement stylisée, en italique et en gras, et malgré les éléments figuratifs, aussi bien l'extension de la lettre R que l'étoile orange.

SERVIER 

5. La marque attaquée est une marque purement verbale « Sovier ».
6. Sur le plan visuel, les signes sont similaires pour plusieurs raisons. Premièrement, la longueur ne varie que d'une lettre, qui, de plus se situe au milieu de mot, remplaçant « er » par « o » dans la marque attaquée. Ainsi, cinq des six lettres de la marque attaquée se retrouvent à l'identiques et dans le même ordre dans la marque opposante. Deuxièmement, tous deux commencent par la lettre « S », impactant, comme le font usuellement les premières lettres, l'impression d'ensemble. Enfin, et impactant plus encore l'impression d'ensemble, les deux signes se terminent par les quatre mêmes lettres « vier ». Visuellement, l'impression dégagée est donc très proche (**SERVIER** / **SOVIER**). Les éléments figuratifs, de par leur taille notamment,

ne permettent pas d'impacter considérablement l'impression d'ensemble du signe. Ils ont d'ailleurs plutôt un caractère décoratif. De même, l'écriture légèrement stylisée de « SERVIER » est proche d'une écriture standard et n'a qu'un impact limité sur l'impression d'ensemble. Il n'est pas significatif que la marque opposante soit écrite en lettres majuscules (légèrement stylisées) alors que la marque contestée est écrite en lettres minuscules, à part la première lettre. En effet, le fait d'écrire en majuscules ou en minuscules n'a généralement pas d'impact sur l'impression générale dégagée par les signes (Directives, Partie 6, ch. 6.3.1 ; TAF, B-1306/2021, cons. 3.3.3 – YT / eyt [fig.] ; TAF, B-953/2013, cons. 2.3 – CIZELLO / SCIELO). Au vu de ces éléments, il convient de constater que les signes sont visuellement fortement similaires.

7. Sur le plan auditif, les signes sont similaires dans la mesure du son des lettres « s v i e r » et diffèrent dans la mesure du son des lettres « ...e r... / ... o... ». La principale distinction sonore repose sur les différentes voyelles « e » et « o » si l'on considère que la prononciation de la lettre « r » se situant au milieu d'un mot et précédant une autre consonne n'est souvent que faiblement perceptible. À ce stade déjà, il y a donc lieu de constater que la divergence auditive n'est que minime et d'admettre que les signes, tous deux bisyllabiques, sont phonétiquement fortement similaires.
8. Sur le plan conceptuel ou du contenu sémantique, « Servier » et « Sovier » peuvent tous deux renvoyer à des patronymes (notamment « Servier » en Suisse), mais ne véhiculent pas de signification particulière. La comparaison conceptuelle n'est ainsi pas de nature à relativiser ou neutraliser les similitudes visuelles et auditives constatées.
9. Au vu de ce qui précède, il convient de retenir l'existence de fortes similitudes visuelles et auditives entre les signes et de déterminer si cette concordance est de nature à fonder un risque de confusion.

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 des classes 5 et 10 étant identiques, il sied d'apprécier le risque de confusion avec une rigueur particulière en rapport avec eux.
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 3 sont généralement des articles de masse de consommation courante ou quotidienne. Il faut donc s'attendre à un faible degré d'attention de la part du consommateur et à une capacité de distinction moindre en rapport avec eux (TAF, B-4260/2010, cons. 7 – Bally / BALU ; ATF 122 III 382, 388 – Kamillosan). En ce qui concerne les produits en cause de la classe 5, il convient de remarquer qu'il y a des produits tels que des produits pharmaceutiques, des préparations médicales, des produits vétérinaires, mais aussi des produits tels que de la nourriture et des substances diététiques à usage médical ou vétérinaire, ou des aliments pour bébés ou encore différents articles de soins. En ce qui concerne les produits pharmaceutiques ou médicamenteux, la jurisprudence considère qu'ils sont généralement achetés avec un degré d'attention élevé (Directives, Partie 6, ch. 6.6 ; TAF B-1760/2012 – cons. 4.2 avec réf. – ZURCAL / ZORCALA). En ce qui concerne les autres produits tels que les

compléments alimentaires, il s'agit de produits destinés à compléter l'alimentation afin, par exemple, d'assurer un apport nutritionnel optimal et d'éviter un état de carence. Les produits diététiques et les compléments alimentaires sont achetés avec un niveau d'attention au moins légèrement plus élevé que les aliments ordinaires, car les consommateurs sont conscients que les achats incorrects peuvent présenter des risques pour la santé ou parce qu'ils se fient ou attachent de l'importance à la finalité nutritionnelle des produits (voir TAF, B-1637/2015, cons. 3.1 - FEMIBION (fig.) / FEMINABIANE ; voir également décision IPI dans la procédure d'opposition n° 100116, III, D, 2. – Neurexan / NEUROGESAN). Il en va de même, mutatis mutandis, pour les autres produits de la classe 5 tels que les aliments pour bébés ainsi que pour les divers articles de soins. Ainsi, le degré d'attention pour cette classe est supposé être légèrement plus élevé que la normale pour une partie des produits et élevé pour l'autre partie. En ce qui concerne les produits en cause de la classe 10, il s'agit d'appareils et d'instruments médicaux, chirurgicaux, etc. qui s'adressent généralement à des professionnels. Pour cette classe, le degré d'attention est donc supposé élevé. Le degré d'attention est donc supposé être variable allant de faible à élevé selon les produits et les classes concernées.

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 ne dispose pas de signification descriptive en relation avec les produits en cause. Elle dispose de ce fait d'une force distinctive et d'un champ de protection normaux en relation avec eux.
7. Les produits sont identiques et similaires. Les signes présentent de fortes similarités visuelles et auditives. Le degré d'attention est supposé être de faible à élevé, selon la catégorie de produits concernée. Le champ de protection de la marque opposante est normal. Le fait que les signes aient les lettres « S V I E R » en commun est un élément fort de convergence qui influence grandement leur impression d'ensemble, qui est ainsi très proche. Ces parties communes seront facilement perçues par le consommateur tant visuellement que phonétiquement. Elles auront tendance à frapper son attention et à rester dans sa mémoire, ce d'autant plus qu'elles sont placées en début et en fin de marque. Dans ces circonstances, les divergences constituées par les lettres centrales « ...er... » et « ...o... » ne sont pas véritablement aptes à modifier l'impression d'ensemble des signes (« **SERVIER** » / « **SOVIER** »). Il en est de même des éléments figuratifs de la marque opposante (voir ci-dessus, comparaison visuelle des signes, III., C., 6). Compte tenu de la proximité de ces deux mots, aussi bien phonétique que visuelle, en ayant notamment cinq lettres en commun dans le même ordre et qui ne se différencient finalement que par la lettre « O » remplaçant les lettres « ER » de la marque opposante, le consommateur pourra facilement confondre les signes. En effet, la mémoire du consommateur, par nature imparfaite, retiendra les éléments les plus frappants et non les divergences minimales (**SERVIER/SOVIER**). Ainsi, en prenant en compte le champ de protection normal de la marque opposante ainsi que l'identité et la similarité des produits, il existe un risque de confusion de la part du consommateur, même en rapport avec les produits pour lesquels le degré d'attention est supposé élevé.
8. L'opposition n° 104793 est donc bien fondée et la marque suisse attaquée n° 831881 "Sovier" est révoquée pour les produits suivants :

Classe 3 : Produits cosmétiques et préparations de toilette non médicamenteux; dentifrices non médicamenteux; produits de parfumerie, huiles essentielles; préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser.

Classe 5 : Compléments alimentaires de régime; compléments nutritionnels; produits pharmaceutiques, préparations médicales et vétérinaires; produits hygiéniques pour la médecine; aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire, aliments pour bébés; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux; emplâtres, matériel pour pansements; matières pour plomber les dents et pour

empreintes dentaires; désinfectants; préparations pour la destruction des animaux nuisibles; fongicides, herbicides.

Classe 10 : Appareils et instruments chirurgicaux, médicaux, dentaires et vétérinaires; membres, yeux et dents artificiels; articles orthopédiques; matériel de suture; dispositifs thérapeutiques et d'assistance conçus pour les personnes handicapées; appareils de massage.

IV. Répartition des frais

1. La taxe d'opposition reste acquise à l'IPI (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'IPI 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 admise dans son intégralité. La procédure a nécessité un seul échange d'écritures et il n'y a pas de raison de s'écarter de la pratique citée. En application des critères mentionnés ci-dessus, l'IPI considère raisonnable d'allouer CHF 1'200.00 à titre de dépens à la partie opposante. Par ailleurs, il convient de mettre à la charge de la partie défenderesse le remboursement à la partie opposante de la taxe d'opposition de CHF 800.00. Au total, la partie opposante obtient une indemnisation de CHF 2'000.00.

Pour ces motifs, il est

décidé:

1.

L'opposition n° **104793** est admise.

2.

L'enregistrement de la marque suisse n° **831881 "Sovier"** sera révoqué pour les produits suivants :

Classe 3 : Produits cosmétiques et préparations de toilette non médicamenteux; dentifrices non médicamenteux; produits de parfumerie, huiles essentielles; préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser.

Classe 5 : Compléments alimentaires de régime; compléments nutritionnels; produits pharmaceutiques, préparations médicales et vétérinaires; produits hygiéniques pour la médecine; aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire, aliments pour bébés; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux; emplâtres, matériel pour pansements; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires; désinfectants; préparations pour la destruction des animaux nuisibles; fongicides, herbicides.

Classe 10 : Appareils et instruments chirurgicaux, médicaux, dentaires et vétérinaires; membres, yeux et dents artificiels; articles orthopédiques; matériel de suture; dispositifs thérapeutiques et d'assistance conçus pour les personnes handicapées; appareils de massage.

3.

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

4.

Il est mis à la charge de la partie défenderesse le paiement à la partie opposante de CHF 2'000.00 à titre de dépens (y compris le remboursement de la taxe d'opposition).

5.

La présente décision est notifiée par écrit aux parties.

Berne, le 5 janvier 2026

Veillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées

Gabriel Salvador

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).