IGE | IPI

Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum
Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle
Istituto Federale della Proprietà Intellettuale
Swiss Federal Institute of Intellectual Property

Stauffacherstrasse 65/59 g
CH-3003 Bern
T +41 31 377 77 77
info@ipi.ch | www.ige.ch

Décision
Procédure d'opposition n° 104766
dans la cause

Asics Corporation
7-1-1, Minatojima-Nakamachi,
Chuo-ku,
Kobe-shi
Hyogo 650-8555
JP-Japon

Partie opposante

représentée par

Novagraaf Switzerland SA
Chemin de l'Echo 3
1213 Onex

enregistrement international n° 1147119 - ASICS

contre

MAISON DE PRINCE FZE
Sharjah Airport Freezone (Saif Zone)
No. P6 - 103
Sharjah
AE-Émirats arabes unis

Partie défenderesse

représentée par

STEMPORA Sàrl
Rue des Musées 58
2300 La Chaux-de-Fonds

Marque suisse n° 830782 - asics ((fig.))

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

considérant :

I. Faits et procédure

1. L'enregistrement de la marque suisse n° 830782 – "asics ((fig.))" (ci-après : la marque attaquée) a été publié le 16 mai 2025 dans Swissreg. Cette marque revendique les produits et services suivants :

   Classe 9 : Appareils et instruments scientifiques, de recherche, de navigation, géodésiques, photographiques, cinématographiques, audiovisuels, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de détection, d'essai, d'inspection, de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande de la distribution ou de la consommation d'électricité; appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement de sons, d'images ou de données; supports enregistrés ou téléchargeables, logiciels, supports d'enregistrement et de stockage numériques ou analogues vierges; mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses, dispositifs de calcul; ordinateurs et périphériques d'ordinateurs; combinaisons de plongée, masques de plongée, tampons d'oreilles pour la plongée, pinces nasales pour plongeurs et nageurs, gants de plongée, appareils respiratoires pour la nage subaquatique; extincteurs.

   Classe 14: Métaux précieux et leurs alliages; joaillerie, bijouterie, pierres précieuses et semi-précieuses; horlogerie et instruments chronométriques.

   Classe 20 : Meubles, glaces (miroirs), cadres; contenants de stockage ou de transport non métalliques; os, corne, baleine ou nacre, bruts ou mi-ouvrés; coquilles; écume de mer; ambre jaune.

2. Le 18 août 2025, la partie opposante a formé opposition totale contre l'enregistrement de cette marque. L'opposition se fonde sur l'enregistrement international n° 1147119 – "ASICS" (ci-après : la marque opposante), enregistré pour les produits et services suivants :

   Classe 9: Tampons d'oreilles pour la plongée; machines et instruments de mesurage ou d'essai; machines et appareils électroniques, ainsi que leurs parties; appareils et machines de télécommunication; dragonnes pour téléphones portables; étuis pour téléphones cellulaires; housses pour téléphones cellulaires; supports pour téléphones cellulaires; programmes informatiques; lunettes (lunettes de vue et lunettes de protection); lunettes de sport; lunettes de soleil; lunettes de natation; étuis à lunettes; casques de protection pour le sport.

   Classe 14 : Porte-clefs (breloques); trophées (coupes); blasons commémoratifs; parures personnelles (articles de bijouterie); insignes en métaux précieux; insignes en métaux précieux ; colliers; bracelets; pendentifs; parures en métaux précieux pour chaussures; montres et horloges; montres-bracelets; boîtiers de montre; horloges de table de bureau; chronomètres à arrêt ; bracelets de montres souples ou rigides.

   Classe 18 : Carcasses de sacs à main ; montures de porte-monnaie ; fers à cheval ; contenants d'emballage industriel en cuir; sacs et produits analogues; pochettes et produits analogues; sacs de sport; sacs banane ; sacs à bandoulière; sacs fourre-tout; sacs à main; sacs polochon; "sacs de type "Boston"; sacs de voyage; sacs à chaussures; musettes ; sacs à dos ; étuis; mallettes; malles; sac à roulettes; pochettes (sacs); étuis pour cartes de visite; étuis de transport pour cartes d'abonnement; bourses; portefeuilles; étuis pour clés; vanity-cases non garnis; parapluies et leurs éléments; bâtons de marche ; cannes; parties métalliques de cannes et bâtons de marche; manches de cannes et bâtons de marche.

   Classe 24 : Tissus tissés; tissus à mailles; textiles en feutre et non tissés; articles personnels en textiles tissés (autres que pour l'habillement); serviettes (en matières textiles); serviettes de toilette en matières textiles ; mouchoirs; moustiquaires ; draps; couettes pour futons; housses piquées pour futons (linge); toiles à futons (futons non garnis); taies d'oreillers (housses d'oreillers); couvertures; bannières et drapeaux (autres qu'en papier).

   Classe 25 : Vêtements ; tee-shirts; chemises sport; polos; débardeurs; chemises à manches longues; caleçons; culottes féminines, shorts et slips; shorts; gilets; chandails; chemises pour costumes; vestes; pardessus longs; manteaux trois-quarts; pardessus; surtouts (vêtements); vestes coupe-vent; vestes imperméables; pantalons coupe-vent; pantalons imperméables; sweat-shirts; pantalons de sport; maillots;

débardeurs; jupes; collants; dessous (sous-vêtements); soutiens-gorge; maillots de bain (costumes de bain); slips de bain; bonnets de natation (bonnets de bain); chaussettes et bas; gants et moufles (articles vestimentaires); bas; cache-nez (écharpes); cache-nez; cache-cols; manches d'appoint; bandanas (fichus); couvre-oreilles (habillement); articles de chapellerie pour l'habillement; jarretières; fixe-chaussettes; bretelles ; ceintures montées; ceintures (pour l'habillement); chaussures (autres que chaussures spéciales pour le sport); baskets; chaussures de sport; chaussures d'athlétisme; chaussures de course; chaussures de jogging; chaussures d'entraînement; chaussures de fitness; chaussures de marche; chaussures de conduite; chaussures de travail; bottes d'hiver; bottes; chaussures décontractées; chaussures habillées; sandales (chaussures); chaussures et bottes pour jeunes enfants; premières pour chaussures et bottes; crampons pour chaussures de sport; crampons pour chaussures de sport; vêtements de sport; tenues d'athlétisme; bas de sport; poignets de vêtements; chaussures spéciales pour le sport; chaussures de marathon; chaussures d'athlétisme; chaussures de golf; chaussures de football; chaussures de futsal (football en salle); chaussures de basket-ball; chaussures de volley-ball; chaussures de base-ball; chaussures de rugby; chaussures de tennis; chaussures de football américain; chaussures de tennis de table; chaussures de hand-ball; chaussures de badminton; chaussures d'escrime; chaussures de lutte; chaussures de gymnastique; chaussures de bowling; chaussures de taijiquan (taichi); chaussures de lutte entre équipes; chaussures de ski; chaussures de pom-pom girls ("cheerleaders"); chaussures de boxe; chaussures d'haltérophilie; chaussures de taekwondo; chaussures de tir à l'arc; chaussures de montagne (chaussons d'escalade).

Classe 28 : Machines et appareils de divertissement pour parcs d'attractions; jouets; poupées; jeux de go; jeux d'échecs japonais (jeux de shogi); cartes à jouer japonaises (utagaruta); dés; jeux de dés japonais (sugoroku); gobelets à dés; jeux de dames chinois; jeux d'échecs; jeux de dames (coffrets de jeu de dames); appareils de prestidigitateurs; jeux de dominos; cartes à jouer; cartes à jouer japonaises (hanafuda); mah-jongs; appareils et machines à sous; équipements pour jeux de billard; équipements de sport; raquettes; raquettes; crosses (clubs) pour jeux; balles de jeu; gants (accessoires de jeux) ; étuis et sacs pour battes; étuis et sacs pour raquettes; étuis et sacs pour crosses; étuis et sacs pour balles et ballons; protections de tête pour sports; articles d'athlétisme (y compris protège-poignets et protège-articulations, protège-coudes, genouillères pour l'athlétisme); filets pour sports; cordes à sauter; bandes adhésives pour bandages de sport.

Classe 35 : Services de vente au détail ou services de vente en gros de vêtements; services de vente au détail ou en gros de chaussures (autres que chaussures spéciales pour le sport); services de vente au détail ou en gros de sacs et pochettes; services de vente au détail ou en gros d'articles personnels; services de vente au détail ou en gros de détergents pour chaussures, de crèmes et cirages pour chaussures et bottes; services de vente au détail ou en gros de produits imprimés; services de vente au détail ou en gros de papier et articles de papeterie; services de vente au détail ou en gros d'articles de sport; services de vente au détail ou en gros de jouets, poupées, appareils et machines de jeu; services de vente au détail ou en gros de vêtements de sport, chaussures spéciales pour le sport; services de vente au détail ou en gros de casques de protection pour le sport, de planches (flotteurs) de natation et bouchons d'oreilles; services de vente au détail ou en gros d'horloges, de montres et de lunettes (lunettes de vue et lunettes de protection); services de vente au détail ou en gros de produits hydrofuges, de compositions chimiques d'imperméabilisation et d'air comprimé; services de vente au détail ou en gros d'huile et graisse d'entretien du cuir et de graisses pour chaussures et bottes.

3. Par décision d'instruction du 21 août 2025, l'IPI a invité la partie défenderesse à déposer sa réponse à l'opposition jusqu'au 22 septembre 2025.

4. Le 23 septembre 2025, la partie défenderesse a requis une prolongation du délai imparti le 21 août 2025. Elle a fait valoir que le 22 septembre 2025 était férié dans le canton de Neuchâtel (canton dans lequel son mandataire à son siège) et que son mandataire a été empêché de déposer sa réponse dans le délai imparti.

5. Le 25 septembre 2025, la partie défenderesse a déposé sa réponse à l'opposition

6. Le 25 septembre 2025, l'IPI a rejeté la demande de prolongation de délai motif pris qu'elle avait été déposée tardivement, le 22 septembre n'étant pas un jour férié selon le droit cantonal neuchâtelois. Il a par ailleurs considéré que les conditions pour une restitution de délai n'étaient pas remplies. Il a par ailleurs relevé que, conformément à ses directives en lien avec les rejets de demande de prolongation de délai, un délai extraordinaire de dix jours lui était imparti pour déposer sa réponse. Ce courrier a été adressé à la

partie défenderesse le 26 septembre 2025, qui l'a reçu le 29 septembre 2026.

7. Le 2 octobre 2025, l'IPI a considéré que la prise de position de la partie défenderesse était tardive. Il a néanmoins invité la partie opposante à déposer une réplique.
8. Le 3 novembre 2025, la partie opposante a déposé une réplique dans le délai imparti. Elle a notamment requis que soient classés à part les annexes 6 et 8 à 20 de sa réplique.
9. Le 7 novembre 2025, l'IPI a ordonné le classement à part des annexes précités conformément à l'art. 36 al. 3 OPM. Il a néanmoins invité la partie opposante à lui remettre une version caviardée ou à produire un résumé des éléments essentiels des documents en question, de manière à permettre à la partie défenderesse d'exercer son droit d'être entendu.
10. Le 21 novembre 2025, la partie opposante a transmis les documents requis selon la décision d'instruction du 7 novembre 2025.
11. Le 26 novembre 2025, l'IPI a invité la partie défenderesse à déposer une duplique jusqu'au 29 décembre 2025.
12. Le 12 janvier 2026, l'IPI a constaté que le délai imparti à la partie défenderesse n'avait pas été utilisé et a clos la procédure d'instruction.
13. Par courrier électronique du 14 janvier 2026, la partie défenderesse a déposé sa duplique datée du 5 janvier 2026.
14. Le 20 janvier 2026, l'IPI a qualifié la duplique datée du 5 janvier 2026 comme étant tardive et l'a transmise à la partie opposante.
15. Le 29 janvier 2026, la partie défenderesse a déposé une prise de position complémentaire, laquelle a été transmise à la partie opposante le 29 janvier 2026.
16. Les arguments des parties, dans la mesure où ils sont décisifs, seront pris en compte dans les considérants suivants.

II. Conditions requises pour une décision sur le fond

1. Selon l'art. 31 LPM, le titulaire d'une marque antérieure peut former opposition contre un nouvel enregistrement en se fondant sur l'art. 3 al. 1 LPM. L'opposition doit être motivée par écrit dans les trois mois qui suivent la publication de l'enregistrement. La taxe d'opposition doit également être payée dans ce délai (art. 31 al. 2 LPM).
2. La marque attaquée a été déposée le 10 mars 2025. La marque opposante est antérieure, car elle a été enregistrée dans le registre international le 28 juin 2012. 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. Allégués tardifs

Conformément à l'art. 32 al. 2 PA, l'IPI prend en considération les allégués tardifs pour autant qu'ils paraissent décisifs (cf. ég. Directives de l'IPI en matière de marques, Berne 2026, Partie 1, ch. 5.7.1.3).

IV. Documents classés à part

La partie opposante a demandé le classement à part des annexes 6 et 8 à 20 de sa réplique, motif pris qu'ils sont confidentiels.

Conformément à l'art. 36 al. 3 OPM, lorsqu'un document justificatif contient des secrets de fabrication ou d'affaires, il est classé à part sur demande et est en principe exclu du droit de consultation du dossier par des tiers sous réserve de l'art. 37 al. 4 OPM (cf. Directives, ch. 5.6.2).

V. Accès au dossier

1. La partie défenderesse s'est plainte dans sa duplique tardive du 5 janvier 2026 que certaines pièces produites par la partie opposante étaient caviardées, de sorte qu'elle n'avait pas un accès complet au dossier et ne pouvait ce faisant pas exercer son droit d'être entendu.

2. La consultation du dossier par les parties au cours d'une procédure d'opposition est régie par les art. 26 à 28 PA. L'art. 26 PA consacre le principe selon lequel les parties doivent pouvoir consulter, entre autres, les mémoires de la partie adverse et tous les actes servant de moyens de preuve (cf. art. 26 al. 1 let. a et b PA).

   La consultation des pièces est refusée notamment si des intérêts privés importants exigent que le secret soit gardé (cf. art. 27 al. 1 let. b PA). Toutefois, le refus d'autoriser la consultation des pièces ne peut s'étendre qu'à celles qu'il y a lieu de garder secrètes (art. 27 al. 2 PA). A cet égard, la jurisprudence estime qu'en relation avec l'art. 27 al. 1 let. b PA, n'importe quel intérêt privé opposé ne justifie pas de refuser l'accès au dossier ou de restreindre le droit de consulter les pièces. Il appartient à l'IPI de déterminer, dans chaque cas particulier, si un intérêt concret à la conservation du secret l'emporte sur l'intérêt, par principe (également) important, à la consultation du dossier, qu'il serait inadmissible d'exclure certaines catégories de documents de manière générale ; un examen attentif et complet ainsi qu'une appréciation des intérêts en conflit doivent être entrepris en tenant compte du principe de la proportionnalité (cf. Directives, Partie 1, ch. 5.6.4 et les réf. cit.).

   Conformément à l'art. 28 PA, une pièce dont la consultation a été refusée à une partie ne peut être utilisée à son désavantage que si l'IPI lui en a communiqué, par écrit, le contenu essentiel se rapportant à l'affaire et lui a donné en outre l'occasion de s'exprimer et de fournir des contre-preuves (ibidem).

3. Il ressort de l'instruction que l'IPI a invité la partie opposante à remettre une version caviardée des pièces litigieuses, de manière à ce que la partie défenderesse puisse exercer son droit d'être entendu. Un examen attentif du dossier montre que les éléments factuels pertinents pour les questions de droit à trancher ressortent clairement des pièces caviardées remises à la partie défenderesse.

   Au demeurant, comme on le verra ci-après, aucune des pièces en question n'a été prise en compte dans la présente décision finale, l'appréciation des motifs relatifs d'exclusion se fondant exclusivement sur les informations figurant au registre, indépendamment de toute considération liée à tout éventuel usage intensif de la marque opposante et du champ de protection accru qui en découlerait.

4. Partant, il n'y a pas lieu de reprendre l'instruction et d'octroyer un accès plus large au dossier à la partie défenderesse.

VI. 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. Usage de la marque opposante

1. Si, à compter de l'échéance du délai d'opposition ou, en cas d'opposition, de la fin de la procédure d'opposition, le titulaire n'a pas utilisé la marque en relation avec les produits ou les services enregistrés, pendant une période ininterrompue de cinq ans, il ne peut plus faire valoir son droit à la marque, à moins

que le défaut d'usage ne soit dû à un juste motif (art. 12 al. 1 LPM).

2. Si le défaut d'usage selon l'art. 12 al. 1 LPM est invoqué, l'opposant doit rendre vraisemblable l'usage de sa marque pendant les cinq années qui précèdent l'invocation de ce défaut (voir Directives en matière de marques, [ci-après Directives], sous www.ige.ch, Partie 6, ch. 5.3.2) ou l'existence de justes motifs pour son non-usage (art. 32 LPM).

3. Si le défendeur veut invoquer le défaut d'usage de la marque antérieure au sens de l'art. 32 LPM, il doit le faire dans sa première réponse (voir art. 22 al. 3 OPM). La jurisprudence précise que cette invocation doit intervenir dans le délai imparti à cet effet (cf. TAF B-6675/2016, consid. 7.2 et les réf. cit. – GERFLOR et GERFLOR Theflooringroup / GEMFLOOR).

4. En l'espèce, la partie défenderesse a été invitée à déposer sa réponse à l'opposition jusqu'au 22 septembre 2025 ; il ne s'agit alors pas d'un jour férié reconnu par le droit cantonal neuchâtelois (cf. art. 3 de la loi cantonale neuchâteloise sur le dimanche et les jours fériés [RSNE 941.02]), ce qui aurait le cas échéant reporté le délai au 23 septembre 2025 (cf. art. 20 al. 3 PA). La partie défenderesse n'a pas soumis de réponse, ni de demande de prolongation de délai jusqu'au 22 septembre 2025.

   Ce n'est que le 23 septembre 2025 que la partie défenderesse a requis une prolongation de délai. Le 25 septembre 2025, l'IPI a rejeté cette requête de prolongation de délai, motif pris qu'elle était tardive. La partie défenderesse a reçu ce rejet le 29 septembre 2025.

   Le 25 septembre 2025 également, la partie défenderesse a déposé sa prise de position, dans laquelle elle a invoqué le défaut d'usage de la marque opposante.

5. L'IPI relève que, s'il est vrai qu'il a accordé un délai de grâce de 10 jours à la partie défenderesse lorsqu'il a rejeté sa demande de prolongation de délai, c'est à tort que cette dernière fait valoir qu'elle a organisé sa défense en raison de ce délai de grâce. En effet, sa prise de position du 25 septembre 2025 a été adressé à l'IPI par courrier électronique le même jour où celui-ci lui a communiqué par pli recommandé le rejet de sa demande de prolongation de délai. C'est dire que sa prise de position et son contenu ne dépendait pas du sort donné par l'IPI à sa demande de prolongation de délai, puisque le sort de cette dernière ne lui est connu que depuis le 29 septembre 2025.

6. Par ailleurs, il ressort clairement de la décision d'instruction du 2 octobre 2025 que la prise de position du 25 septembre 2025 a d'emblée été qualifiée de tardive. La partie défenderesse ne saurait tirer aucun avantage du fait qu'elle ait été transmise à la partie opposante, puisqu'il découle de l'art. 32 al. 2 PA et de la jurisprudence y relative que l'IPI doit prendre en considération les allégués tardifs pour autant qu'ils soient décisifs. Il importait donc de transmettre cette réponse tardive à la partie opposante pour qu'elle puisse exercer son droit d'être entendu.

7. En outre, la pratique de l'IPI en lien avec les délais de grâce en cas de rejet d'une demande de prolongation de délai va au-delà de ce qui est prévu dans la PA, qui ne connaît pas le système du délai de grâce (CR PA-ZUFFEREY/SEYDOUX, Art. 22 N 11). Toujours est-il qu'un tel délai ne saurait profiter à la partie qui n'a pas déposé une demande de prolongation de délai en temps voulu, sauf à vider de tout sens l'art. 22 al. 2 PA. Une telle demande n'est pas rejetée, mais est irrecevable, de sorte qu'elle ne saurait donner droit à un délai de grâce. C'est donc manifestement à juste titre que la réponse du 25 septembre 2025 a été qualifiée de tardive.

8. Compte tenu de ce qui précède, l'IPI retient que le défaut d'usage n'a pas été invoqué dans le délai imparti. Dès lors, ce droit de défense était périmé lorsque la partie défenderesse l'a exercé le 25 septembre 2025. Il n'y a ainsi pas lieu d'examiner la question de l'usage de la marque opposante.

C. 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 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 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 question de la similarité entre produits ou services est une question de droit que l'IPI examine d'office, sans être lié par les arguments des parties. Seuls sont déterminants la liste des produits et services de la marque attaquée visés par l'opposition et le libellé des produits et services de la marque opposante, sans égard à l'usage effectif que les parties entendent faire de leur signe.

4. La marque attaquée revendique les produits et services suivants :

   Classe 9 : Appareils et instruments scientifiques, de recherche, de navigation, géodésiques, photographiques, cinématographiques, audiovisuels, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de détection, d'essai, d'inspection, de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande de la distribution ou de la consommation d'électricité; appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement de sons, d'images ou de données; supports enregistrés ou téléchargeables, logiciels, supports d'enregistrement et de stockage numériques ou analogues vierges; mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses, dispositifs de calcul; ordinateurs et périphériques d'ordinateurs; combinaisons de plongée, masques de plongée, tampons d'oreilles pour la plongée, pinces nasales pour plongeurs et nageurs, gants de plongée, appareils respiratoires pour la nage subaquatique; extincteurs.

   Classe 14: Métaux précieux et leurs alliages; joaillerie, bijouterie, pierres précieuses et semi-précieuses; horlogerie et instruments chronométriques.

   Classe 20 : Meubles, glaces (miroirs), cadres; contenants de stockage ou de transport non métalliques; os, corne, baleine ou nacre, bruts ou mi-ouvrés; coquilles; écume de mer; ambre jaune.

5. La marque opposante est enregistrée en relation avec les produits et services suivants :

   Classe 9: Tampons d'oreilles pour la plongée; machines et instruments de mesurage ou d'essai; machines et appareils électroniques, ainsi que leurs parties; appareils et machines de télécommunication; dragonnes pour téléphones portables; étuis pour téléphones cellulaires; housses pour téléphones cellulaires; supports pour téléphones cellulaires; programmes informatiques; lunettes (lunettes de vue et lunettes de protection); lunettes de sport; lunettes de soleil; lunettes de natation; étuis à lunettes; casques de protection pour le sport.

   Classe 14 : Porte-clefs (breloques); trophées (coupes); blasons commémoratifs; parures personnelles (articles de bijouterie); insignes en métaux précieux; insignes en métaux précieux ; colliers; bracelets; pendentifs; parures en métaux précieux pour chaussures; montres et horloges; montres-bracelets; boîtiers de montre; horloges de table de bureau; chronomètres à arrêt ; bracelets de montres souples ou rigides.

   Classe 18 : Carcasses de sacs à main ; montures de porte-monnaie ; fers à cheval ; contenants d'emballage industriel en cuir; sacs et produits analogues; pochettes et produits analogues; sacs de sport; sacs banane ; sacs à bandoulière; sacs fourre-tout; sacs à main; sacs polochon; "sacs de type "Boston"; sacs de voyage; sacs à chaussures; musettes ; sacs à dos ; étuis; mallettes; malles; sac à roulettes; pochettes (sacs); étuis pour cartes de visite; étuis de transport pour cartes d'abonnement; bourses; portefeuilles; étuis pour clés; vanity-cases non garnis; parapluies et leurs éléments; bâtons de marche ; cannes; parties métalliques de cannes et bâtons de marche; manches de cannes et bâtons de marche.

   Classe 24 : Tissus tissés; tissus à mailles; textiles en feutre et non tissés; articles personnels en textiles tissés (autres que pour l'habillement); serviettes (en matières textiles); serviettes de toilette en matières

textiles ; mouchoirs; moustiquaires ; draps; couettes pour futons; housses piquées pour futons (linge); toiles à futons (futons non garnis); taies d'oreillers (housses d'oreillers); couvertures; bannières et drapeaux (autres qu'en papier).

Classe 25 : Vêtements ; tee-shirts; chemises sport; polos; débardeurs; chemises à manches longues; caleçons; culottes féminines, shorts et slips; shorts; gilets; chandails; chemises pour costumes; vestes; pardessus longs; manteaux trois-quarts; pardessus; surtouts (vêtements); vestes coupe-vent; vestes imperméables; pantalons coupe-vent; pantalons imperméables; sweat-shirts; pantalons de sport; maillots; débardeurs; jupes; collants; dessous (sous-vêtements); soutiens-gorge; maillots de bain (costumes de bain); slips de bain; bonnets de natation (bonnets de bain); chaussettes et bas; gants et moufles (articles vestimentaires); bas; cache-nez (écharpes); cache-nez; cache-cols; manches d'appoint; bandanas (fichus); couvre-oreilles (habillement); articles de chapellerie pour l'habillement; jarretières; fixe-chaussettes; bretelles ; ceintures montées; ceintures (pour l'habillement); chaussures (autres que chaussures spéciales pour le sport); baskets; chaussures de sport; chaussures d'athlétisme; chaussures de course; chaussures de jogging; chaussures d'entraînement; chaussures de fitness; chaussures de marche; chaussures de conduite; chaussures de travail; bottes d'hiver; bottes; chaussures décontractées; chaussures habillées; sandales (chaussures); chaussures et bottes pour jeunes enfants; premières pour chaussures et bottes; crampons pour chaussures de sport; crampons pour chaussures de sport; vêtements de sport; tenues d'athlétisme; bas de sport; poignets de vêtements; chaussures spéciales pour le sport; chaussures de marathon; chaussures d'athlétisme; chaussures de golf; chaussures de football; chaussures de futsal (football en salle); chaussures de basket-ball; chaussures de volley-ball; chaussures de base-ball; chaussures de rugby; chaussures de tennis; chaussures de football américain; chaussures de tennis de table; chaussures de hand-ball; chaussures de badminton; chaussures d'escrime; chaussures de lutte; chaussures de gymnastique; chaussures de bowling; chaussures de taijiquan (taichi); chaussures de lutte entre équipes; chaussures de ski; chaussures de pom-pom girls ("cheerleaders"); chaussures de boxe; chaussures d'haltérophilie; chaussures de taekwondo; chaussures de tir à l'arc; chaussures de montagne (chaussons d'escalade).

Classe 28 : Machines et appareils de divertissement pour parcs d'attractions; jouets; poupées; jeux de go; jeux d'échecs japonais (jeux de shogi); cartes à jouer japonaises (utagaruta); dés; jeux de dés japonais (sugoroku); gobelets à dés; jeux de dames chinois; jeux d'échecs; jeux de dames (coffrets de jeu de dames); appareils de prestidigitateurs; jeux de dominos; cartes à jouer; cartes à jouer japonaises (hanafuda); mah-jongs; appareils et machines à sous; équipements pour jeux de billard; équipements de sport; raquettes; raquettes; crosses (clubs) pour jeux; balles de jeu; gants (accessoires de jeux) ; étuis et sacs pour battes; étuis et sacs pour raquettes; étuis et sacs pour crosses; étuis et sacs pour balles et ballons; protections de tête pour sports; articles d'athlétisme (y compris protège-poignets et protège-articulations, protège-coudes, genouillères pour l'athlétisme); filets pour sports; cordes à sauter; bandes adhésives pour bandages de sport.

Classe 35 : Services de vente au détail ou services de vente en gros de vêtements; services de vente au détail ou en gros de chaussures (autres que chaussures spéciales pour le sport); services de vente au détail ou en gros de sacs et pochettes; services de vente au détail ou en gros d'articles personnels; services de vente au détail ou en gros de détergents pour chaussures, de crèmes et cirages pour chaussures et bottes; services de vente au détail ou en gros de produits imprimés; services de vente au détail ou en gros de papier et articles de papeterie; services de vente au détail ou en gros d'articles de sport; services de vente au détail ou en gros de jouets, poupées, appareils et machines de jeu; services de vente au détail ou en gros de vêtements de sport, chaussures spéciales pour le sport; services de vente au détail ou en gros de casques de protection pour le sport, de planches (flotteurs) de natation et bouchons d'oreilles; services de vente au détail ou en gros d'horloges, de montres et de lunettes (lunettes de vue et lunettes de protection); services de vente au détail ou en gros de produits hydrofuges, de compositions chimiques d'imperméabilisation et d'air comprimé; services de vente au détail ou en gros d'huile et graisse d'entretien du cuir et de graisses pour chaussures et bottes.

Classe 9 :

6. Les « *appareils et instruments scientifiques, de recherche, de navigation, géodésiques, photographiques, cinématographiques, audiovisuels, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de détection, d'essai, d'inspection, de secours (sauvetage) et d'enseignement* » attaquées sont une indication générale relevant de la classe 9 et couvre les « *machines et instruments de mesurage ou d'essai; machines et*

appareils électroniques, ainsi que leurs parties » de la marque opposante. Selon la pratique, il y a lieu d'admettre l'identité des produits dans cette mesure et la forte similarité pour les produits attaqués qui vont au-delà de l'intitulé de la marque opposante (cf. notamment TAF B-1778/2019, consid. 5.3.2 – Pyrat/thePirate.com [fig.] et tP thePirate.com [fig.]).

7. Les « *appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement de sons, d'images ou de données* » de la marque attaquée sont fortement similaires aux « *appareils et machines de télécommunication* ». En tant que les produits attaqués visent la transmission de sons, d'image ou données, l'identité doit même être retenue, puisque c'est finalement le but d'appareils de télécommunication. Quant aux autres fonctions des appareils attaqués, l'IPI considère qu'ils sont proches des appareils de télécommunication que l'on rencontre actuellement sur le marché, puisqu'ils servent habituellement aussi à enregistrer, reproduire et traiter des sons, des images et des données.

8. Les *logiciels* attaqués sont identiques aux *programmes informatiques* de la marque opposante, la différence de formulation ne justifiant pas à ce qu'ils soient distingués au sens de l'art. 3 al. 1 LPM.

9. Les « *dispositifs de calcul; ordinateurs et périphériques d'ordinateurs* » attaqués présentent des points de contact avec les « *machines et appareils électroniques, ainsi que leurs parties* » de la marque opposante, voire sont couverts par le libellé formulé en des termes larges de la marque opposante. En effet, les produits attaqués présentent des composants électroniques de sorte qu'il s'agit d'une certaine manière de matériel électronique. Par ailleurs, les ordinateurs et périphériques d'ordinaires attaqués sont de pratique constante aux programmes informatiques de la marque opposante (cf. entre autres TAF B-758/2007, consid. 5.1 – G mode / GMODE).

10. Les « *masques de plongée, tampons d'oreilles pour la plongée, pinces nasales pour plongeurs et nageurs* » attaqués sont fortement similaires aux *lunettes de natation* de la marque opposante. Il s'agit en effet de produits qui font appels aux mêmes destinataires, qui sont, d'une certaine manière, substituables ou complémentaires. Ces produits sont par ailleurs offerts via les mêmes canaux de distributions (cf. par ex. : www.decathlon.ch ou www.ochsnersport.ch [tous deux consultés le 29 mai 2026]).

11. S'agissant de produits attaqués techniques destinés à la plongée (*combinaisons de plongée, gants de plongée, appareils respiratoires pour la nage subaquatique*), l'IPI considère qu'ils présentent certains points de contact aussi bien avec les lunettes de natation en classe 9 que les articles et équipement de sport en classes 25 et 28 de la marque opposante, d'autant plus que l'indication « équipement de sport » de la marque antérieure couvre également les produits destinés aux sports aquatiques ou de plongées, tels que les palmes. Certes, on ne peut nier que les équipements de plongés sont habituellement acquis dans des magasins spécialisés. Toutefois, il n'est pas rare de trouver auprès de magasin d'équipements de sport des produits destinés aussi bien à la plongée sous-marine qu'à la natation ou à d'autres activités sportives (voir les sources mentionnées sous ch. 10 ; voir ég. www.intersport.ch). Il en résulte que les destinataires des produits en question pourront s'attendre à ce que ces différents produits proviennent de mêmes entreprises ou d'entreprises qui sont liées, de sorte que la similarité doit être retenue (cf. TAF B-5846/2017, consid. 5.3.1 – [gallo] (fig.) / [gallo] (fig.)).

12. En relation avec les « *appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande de la distribution ou de la consommation d'électricité* », l'IPI retient que ces derniers fonctionnent à l'aide de logiciels. Ces logiciels sont spécifiquement conçus pour les produits visés en question. En considérant que les programmes informatiques de la marque opposante ne sont pas limités à un domaine spécifique qui exclurait leur destination aux produits attaqués, l'IPI retient qu'ils sont similaires au sens de l'art. 3 al. 1 LPM (cf. dans le même sens : IPI, décision dans la procédure d'opposition nº 14620, consid. III.B.5 – INSIGHTS / SkillnsIght [fig.] [disponible sous https://ph.ige.ch/ph/index.xhtml]; a contrario dans le cas où des logiciels très spécifiques seraient désignés : TAF B--6194/2024, E. 4.5.2 – ONe [fig.] / one [fig.]).

13. Les *supports enregistrés ou téléchargeables, supports d'enregistrement et de stockage numériques ou analogues vierges* de la marque attaquée constituent du hardware. De jurisprudence constante, la similarité est reconnue entre software et hardware (cf. entre autres TAF B-758/2007, consid. 5.1 – G mode / GMODE). Il s'agit donc de retenir que les produits attaqués précités sont similaires aux programmes informatiques de la marque opposante.

14. S'agissant en revanche des extincteurs attaqués, ils ne sont similaires à aucun des produits ou services en relation avec lesquels la marque opposante est protégée. Concernant en effet d'abord les services de vente

au détail, la jurisprudence constante nie toute similarité avec tous produits relevant des classes 1 à 34, même si ceux-ci sont couverts par les prestations de vente au détail (cf. TAF B-1327/2019, consid. 4.2 s. et les réf. cit. – MOBALPA / Mobalpa). Quant aux autres produits couverts par la marque opposante, ils font appel à des savoir-faire bien distincts des extincteurs attaqués. Ces produits ont manifestement d'autres destinations et ne présentent aucune caractéristique qui les rendrait complémentaires les uns par rapport aux autres. Le fait que la marque opposante puisse jouir d'un champ de protection accru n'est dans ce contexte d'aucun secours pour la partie opposante (cf. TF, in : sic! 2010, 353, consid. 5.6.1 et 5.6.3 – Coolwater/cool water). Avec la partie défenderesse, on rappellera qu'il n'est pas possible de se prévaloir de la marque de haute renommée au sens de l'art. 15 LPM dans le cadre de la procédure d'opposition (cf. Directives, Partie 6, ch 1).

15. Il en va enfin également de même s'agissant des « *mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses* » à l'égard des produits et services couverts par la marque opposante. Par rapport en particulier aux produits informatiques de la marque opposante, la jurisprudence considère en effet que les terminaux et mécanismes de paiement sont des produits industriels « bruts » destinés à être intégrés dans des appareils électroniques plus spécifiques, de sorte que la similarité ne peut être reconnus avec du hardware (cf. TAF B-234/2014, consid. 5.2.2.2 – Juke / Jook Video [fig.]).

Classe 14 :

16. De pratique et jurisprudence constantes, il convient de reconnaître une identité voire une forte similarité entre les « *joaillerie, bijouterie; horlogerie et instruments chronométriques* » attaqués et les « *parures personnelles (articles de bijouterie); colliers; bracelets; pendentifs; parures en métaux précieux pour chaussures; montres et horloges; montres-bracelets; boîtiers de montre; horloges de table de bureau; chronomètres à arrêt ; bracelets de montres souples ou rigides* » de la marque opposante (cf. TAF B-5467/2011, consid. 5.3 – NAVITIMER/Maritimer ; TAF B-922/2015, consid. 3.2.2.1 et 3.2.3 – SUBMARINER/MARINER).

17. Selon la jurisprudence, la similarité doit également être retenue entre les *pierres précieuses et semi-précieuses* attaquées et les produits couverts par la marque opposante en classe 14 (cf. TAF B-5467/2011, consid. 5.3.3 – NAVITIMER/Maritimer).

18. Tel n'est en revanche pas le cas s'agissant des *métaux précieux et leurs alliages* attaqués. En effet, la jurisprudence n'admet pas la similarité entre les matières premières et les produits finis. Il en va de même entre les produits attaqués précités et les produits horlogers et les articles de bijouterie (cf. TAF B-5467/2011, consid. 5.3.3 – NAVITIMER/Maritimer).

Classe 20 :

19. En classe 20, la marque attaquée revendique la protection en relation avec les produits suivants : *Meubles, glaces (miroirs), cadres; contenants de stockage ou de transport non métalliques*. Avec la partie opposante, il convient de retenir une similarité avec les produits de la marque opposante enregistrée en classe 24. Il est en effet courant que les magasins de meubles complètent leur assortiment par des articles en textiles, tels que nappes, draps, taies d'oreiller ou d'autres produits comparables.

20. En revanche, la similarité ne saurait être retenue entre les « os, corne, baleine ou nacre, bruts ou mi-ouvrés; coquilles; écume de mer; ambre jaune » de la marque attaquée et les produits de la marque opposante. Il s'agit en effet de matières première ou de produits mi-ouvrés. Or, comme indiqué ci-dessus, la pratique ne reconnaît pas de points de contact entre les matières premières et les produits finis (cf. Directives, Partie 6, ch. 6.1.1.2 et les réf. cit.).

21. Au regard de ce qui précède, l'identité, respectivement la (forte) similarité des produits et services est partiellement admise. Etant donné que le risque de confusion au sens de l'art. 3 al. 1 let. c LPM présuppose cumulativement la similarité des produits et services et la similitude des signes, la présente opposition doit être rejetée en relation avec les produits suivants, faute de similarité (Directives, Partie 6, ch. 6.5) :

    - Classe 9: Mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses ; extincteurs.
    - Classe 14: Métaux précieux et leurs alliages.
    - Classe 20 : Os, corne, baleine ou nacre, bruts ou mi-ouvrés; coquilles; écume de mer; ambre jaune.

    Pour les produits et services restants, l'identité, respectivement la similarité est admise et il convient de passer à l'examen de signes.

D. Comparaison des signes

1. Selon le Tribunal fédéral, la différenciation entre deux marques est déterminée par l'impression d'ensemble que chacune laisse au public visé. Etant donné que celui-ci n'a le plus souvent pas l'occasion de percevoir les deux signes en même temps et ne conserve qu'un souvenir de la marque antérieure, il faut tenir compte des éléments caractéristiques des marques aptes à rester dans la mémoire du consommateur moyen. Le fait d'ajouter ou d'enlever des éléments à la partie distinctive principale d'une marque est insuffisant s'ils ne sont pas aptes à modifier de manière sensible le signe et si les marques continuent de concorder dans leurs éléments essentiels (Directives, Partie 6, ch. 6.3).
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 admette un risque de confusion (Directives, Partie 6, ch. 6.3.1).

   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. En l'occurrence, le signe opposant est un marque verbale formée du terme ASICS. Quant à la marque attaquée, il s'agit d'un signe combiné formé du terme « asics » avec un élément graphique s'apparentant à un a stylisé présent sur la gauche du mot précité.
4. Force est de reconnaître que la marque attaquée reprend à l'identique le terme constituant la marque opposante (ASICS), en lui ajoutant un élément stylisé sur sa gauche. Le fait que le terme en question soit reproduit en lettres majuscules dans le signe opposant et en minuscules dans le signe attaqué n'est pas une différence pertinente au regard de l'art. 3 al. 1 LPM (cf. 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). Il en résulte une forte similarité visuelle et même une identité phonétique puisque l'élément graphique du signe attaqué ne se prononcera généralement pas, s'apparentant à un logo. Quant au plan sémantique, on relèvera que le terme asics n'a aucun sens dans les langues d'examen, de sorte que la comparaison des signes sur ce plan s'avère neutre.
5. Au vu de ce qui précède, il convient de retenir l'existence de très fortes similitudes entre les signes – voire même une identité phonétique – et de déterminer si cette concordance est de nature à fonder un risque de confusion.

E. Risque de confusion

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

identiques, respectivement fortement similaires, il sied d'apprécier le risque de confusion dans cette mesure avec une rigueur particulière. Pour les produits en lien avec lesquels le degré de similitude est normal, l'interaction 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, les produits en cause s'adressent au consommateur moyen, qui fait preuve selon la jurisprudence d'un degré d'attention moyen lors de leur acquisition (cf. Directives, Partie 6, ch. 6.6). Il en va de même des produits de la classe 14 (cf. TF, sic! 2020, 93, consid. 3.3.2 – Armani-Adler [fig.] / Glycine [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 (Directives, Partie 6, ch. 6.7).

   En l'espèce, la marque opposante n'a pas de signification. Il n'est pas non plus usuel en relation avec les produits et services en cause, ni d'une indication générale de qualité. Il s'agit au contraire d'un terme purement fantaisiste, de sorte que l'IPI retient que la marque opposante jouit à tout le moins d'une force distinctive et d'un champ de protection normaux.

6. La partie opposante fait valoir que sa marque bénéficie d'un champ de protection accru en raison de sa notoriété. L'IPI considère que cette question peut rester ouverte dès lors que le risque de confusion doit déjà être admis en tenant compte d'un champ de protection normal.

7. Selon la doctrine et la jurisprudence constante, la reprise complète d'une marque ou d'un de ses éléments essentiels engendre une similarité des signes et est de nature à fonder un risque de confusion (cf. par exemple TAF B-8468/2010, consid. 6.2 – TORRES / TORRE SARACENA; TAF B-4151/2009, consid. 8.3 – GOLAY / Golay Spierer [fig.]). On rappellera également que le fait d'ajouter et d'enlever des éléments à l'élément distinctif principal d'une marque est insuffisant à éviter un risque de confusion s'ils ne sont pas aptes à modifier de manière sensible et déterminante le signe considéré dans son ensemble et si les marques continuent de concorder dans leurs éléments essentiels (Directives, Partie 6, ch. 6.3 et références jurisprudentielles citées).

   En l'occurrence, la marque attaquée reprend l'élément constitutif de la marque opposante en y ajoutant un logo s'apparentant à un « a » stylisé. Malgré cette adjonction, l'élément verbal ASICS/asics conserve toute son individualité et est bien reconnu comme tel, puisqu'il domine l'impression d'ensemble de la marque attaquée. En présence de produits identiques ou similaires, même à un faible degré, le destinataire des produits attaqués s'attendra de toute évidence à ce que ces derniers proviennent de la même entreprise que le titulaire de la marque opposante. Il est donc manifeste que la marque attaquée, très fortement similaire à la marque opposante, porte atteinte à la fonction distinctive de cette dernière, ce qui est propre à fonder un risque de confusion.

8. Compte tenu du champ de protection normal de la marque opposante, du degré d'attention moyen pour les produits en question, ainsi que de la forte similitude entre les signes, il y a lieu d'admettre le risque de confusion.

9. L'opposition n° 104766 est donc partiellement fondée. Conformément à l'art. 33 LPM, l'enregistrement de la marque suisse attaquée n° 830782 – "asics ((fig.))" est révoqué en relation avec les produits suivants :

   - *Classe 9 : Appareils et instruments scientifiques, de recherche, de navigation, géodésiques, photographiques, cinématographiques, audiovisuels, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de détection, d'essai, d'inspection, de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande de la distribution ou de la consommation d'électricité; appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement de sons, d'images ou de données; supports enregistrés ou téléchargeables, logiciels, supports d'enregistrement et de stockage numériques ou analogues vierges; dispositifs de calcul; ordinateurs*

et périphériques d'ordinateurs; combinaisons de plongée, masques de plongée, tampons d'oreilles pour la plongée, pinces nasales pour plongeurs et nageurs, gants de plongée, appareils respiratoires pour la nage subaquatique.

- *Classe 14: Joaillerie, bijouterie, pierres précieuses et semi-précieuses; horlogerie et instruments chronométriques.*
- *Classe 20 : Meubles, glaces (miroirs), cadres; contenants de stockage ou de transport non métalliques.*

VII. 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). 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. Les écritures des parties qui n'ont pas été sollicitées ne sont généralement pas indemnisées (Directives, Partie 1, ch. 7.3.2.2).
4. L'opposition est partiellement admise. En principe, cela devrait conduire à la répartition par moitié entre les parties de la taxe d'opposition et à la compensation des dépens. Toutefois, l'IPI relève que l'opposition est admise dans une très large mesure, étant entendu qu'elle n'est rejetée que pour des produits isolés (classe 9) ou des matières premières (classes 14 et 20). Dans ces conditions, l'IPI estime que l'équité justifie de s'écarter de ces principes et de mettre à la charge les frais de procédure et de parties à la charge de la partie défenderesse, comme si elle succombait (cf. TAF B-2055/2025, consid. 9.3 – REDSTONE/REDSTONE).
5. La procédure a nécessité un double échange d'écritures. En application des critères mentionnés ci-dessus, l'IPI alloue CHF 2'400.00 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. Au total, la partie opposante obtient une indemnisation de CHF 3'200.00.

Pour ces motifs, il est

décidé:

1.
Les annexes 6 et 8 à 20 de sa réplique de la partie opposante du 3 novembre 2025 sont classés à part.

2.
L'opposition n° **104766** est partiellement admise.

3.
L'enregistrement de la marque suisse n° **830782 - "asics ((fig.))"** est révoqué pour les produit suivants**:**

Classe 9 : Appareils et instruments scientifiques, de recherche, de navigation, géodésiques, photographiques, cinématographiques, audiovisuels, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de détection, d'essai, d'inspection, de secours (sauvetage) et d'enseignement; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande de la distribution ou de la consommation d'électricité; appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement de sons, d'images ou de données; supports enregistrés ou téléchargeables, logiciels, supports d'enregistrement et de stockage numériques ou analogues vierges; dispositifs de calcul; ordinateurs et périphériques d'ordinateurs; combinaisons de plongée, masques de plongée, tampons d'oreilles pour la plongée, pinces nasales pour plongeurs et nageurs, gants de plongée, appareils respiratoires pour la nage subaquatique.

Classe 14: Joaillerie, bijouterie, pierres précieuses et semi-précieuses; horlogerie et instruments chronométriques.

Classe 20 : Meubles, glaces (miroirs), cadres; contenants de stockage ou de transport non métalliques.

4.
La taxe d'opposition de CHF 800.00 reste acquise à l'IPI.

5.
Il est mis à la charge de la partie défenderesse le paiement à la partie opposante de CHF 3'200.00 à titre de dépens (y compris le remboursement de la taxe d'opposition).

6.
La présente décision est notifiée par écrit aux parties.

Berne, le 3 juin 2026

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.



Olivier Veluz
Chef de l'unité Développement de la pratique

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 PA). Le mémoire de recours doit être rédigé dans une langue officielle suisse; il doit indiquer les conclusions, motifs et moyens de

Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum
Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle
Istituto Federale della Proprietà Intellettuale
Swiss Federal Institute of Intellectual Property

Stauffacherstrasse 65/59 g
CH-3003 Bern
T +41 31 377 77 77
info@ipi.ch | www.ige.ch

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).