

BVGer B-107/2018 vom 25. Oktober 2019

Bundesverwaltungsgericht, 2019-10-25, FR

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bvger_B-107_2018

FR: TAF B-107/2018 du 25 octobre 2019

IT: TAF B-107/2018 del 25 ottobre 2019

Regeste

Motifs absolus d'exclusion

Erwägungen

E. 1

Le Tribunal administratif fédéral examine d'office et librement la recevabilité des recours qui lui sont soumis (ATAF 2007/6 consid. 1).

E. 1.1.1

Dans la présente procédure de recours, l'objet du litige (cf. arrêt du TAF B-5145/2015 du 11 décembre 2017 consid. 2.1.2 "The SwissCellSpa EXPERIENCE [fig.]/ SWISSCELL") porte sur la demande d'enregistrement de marque suisse no 62053/2016, mais uniquement dans la mesure où le signe "ALOFT" est destiné aux "Services hôteliers" (classe 43).

E. 1.1.2.1

En effet, par son recours (cf. consid. B), la recourante ne conclut en réalité pas à l'annulation de la décision attaquée dans son ensemble, mais seulement à l'annulation du ch. 1 du dispositif de la décision attaquée (cf. consid. A.f).

E. 1.1.2.2

Vu que le ch. 2 du dispositif de la décision attaquée - par lequel la demande d'enregistrement de marque suisse no 62053/2016 portant sur le signe "ALOFT" est admise en ce qui concerne les "services de restauration (alimentation)" (classe 43) - lui est favorable, la recourante n'a aucun intérêt à demander son annulation (arrêt du TAF B-1394/2016 du 12 décembre 2018 consid. 1.1.1.1 "LOCKIT"). Cette partie de la décision attaquée est d'ailleurs entrée en force (cf. arrêt du TAF B-5145/2015 du 11 décembre 2017 consid. 2.2.2.3 "The SwissCellSpa EXPERIENCE [fig.]/ SWISSCELL").

E. 1.2.1

Le Tribunal administratif fédéral est compétent pour statuer sur le présent recours (art. 31, art. 32 et art. 33 let. e de la Loi du 17 juin 2005 sur le Tribunal administratif fédéral [LTAF, RS 173.32] ; art. 5 al. 1 de la Loi fédérale du 20 décembre 1968 sur la procédure administrative [PA, RS 172.021]).

E. 1.2.2

La qualité pour recourir doit être reconnue à la recourante (art. 48 al. 1 PA).

E. 1.2.3

Les dispositions relatives à la représentation (art. 11 PA), au délai de recours (art. 22a al. 1 let. c et art. 50 al. 1 PA), au contenu et à la forme du mémoire de recours (art. 52 al. 1 PA) et

à l'avance de frais (art. 63 al. 4 PA) sont par ailleurs respectées.

E. 1.3

Le présent recours est ainsi recevable.

E. 2.1

La marque est un signe propre à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises (art. 1 al. 1 de la Loi fédérale du 28 août 1992 sur la protection des marques et des indications de provenance [Loi sur la protection des marques, LPM, RS 232.11]). Les mots, les lettres, les chiffres, les représentations graphiques, les formes en trois dimensions, seuls ou combinés entre eux ou avec des couleurs, peuvent en particulier constituer des marques (art. 1 al. 2 LPM).

E. 2.2

L'art. 2 let. a LPM exclut de la protection les signes appartenant au domaine public, sauf s'ils se sont imposés comme marques pour les produits ou les services concernés (cf. arrêt du TAF B-1394/2016 du 12 décembre 2018 consid. 5-5.2.2 "LOCKIT").

E. 3

Appartiennent au domaine public au sens de l'art. 2 let. a LPM les signes banals, les indications génériques ou descriptives, les signes libres et les indications de provenance (ATF 139 III 176 consid. 2 "YOU", ATF 134 III 314 consid. 2.3.2 "M [fig.] ; M BUDGET/ M-joy [fig.]"). C'est en raison d'un défaut de force distinctive (consid. 3.1) et/ou d'un besoin de libre disposition (consid. 3.2) qu'un signe générique ou descriptif appartient au domaine public (cf. arrêt du TAF B-1394/2016 du 12 décembre 2018 consid. 5.1.2 "LOCKIT").

E. 3.1

Le défaut de force distinctive d'un signe générique ou descriptif

E. 3.1.1.1

Le caractère distinctif d'un signe est apprécié sur la base de la perception qu'en a le public auquel sont destinés les produits et/ou les services revendiqués (cf. arrêt du TF 4A_6/2013 du 16 avril 2013 consid. 3.2.3 "WILSON" ; arrêt du TAF B-5182/2015 du 1er février 2017 consid. 3.4 et 5 "élément de prothèse [3D]").

E. 3.1.1.2

La perception des consommateurs déterminants dépend de leur degré d'attention. Les produits et les services de consommation courante sont traités avec un degré d'attention faible à moyen, alors que les produits et les services coûteux et/ou rares font l'objet d'un degré d'attention accru. Si le public est composé de spécialistes, il convient de retenir un degré d'attention accru (cf. ATF 134 III 547 consid. 2.3.3 "Freischwinger Panton [3D] II", ATF 122 III 382 consid. 3a "Kamillosan" ; arrêt du TAF B-7402/2016 du 27 juillet 2018 consid. 4.1.1.2 "KNOT").

E. 3.1.1.3

Il suffit que l'un des cercles de consommateurs déterminants perçoive le caractère descriptif du signe pour que ce signe appartienne au domaine public (cf. arrêt du TF 4A_455/2008 du 1er décembre 2008 consid. 4.3 in fine "AdRank" ; arrêts du TAF B-5004/2014 du 8 juin 2017 consid. 3.2.1.5 in fine "CLOS D'AMBONNAY" et B-283/2012 du 13 décembre 2012 consid. 4.2 et 5 in fine "NOBLEWOOD" ; Meier/ Fraefel, in : de Werra/ Gilliéron [éd.],

Propriété intellectuelle, Commentaire romand, 2013 [ci-après : CR PI], art. 2 LPM no 8).

E. 3.1.2

L'examen porte sur le signe tel qu'il est reproduit dans la demande d'enregistrement. Est déterminante l'impression d'ensemble qui s'en dégage et qui subsiste dans la mémoire du consommateur (cf. ATF 143 III 127 consid. 3.3.2 "rote Damenschuhsohle [position]", ATF 133 III 342 consid. 4 "Trapezförmiger Verpackungsbehälter [3D]" ; arrêt du TAF B-5182/2015 du 1er février 2017 consid. 3.2 "élément de prothèse [3D]").

E. 3.1.3.1

Le caractère distinctif d'un signe est apprécié par rapport aux produits ou aux services pour lesquels l'enregistrement est demandé (cf. ATF 143 III 127 consid. 3.3.2 "rote Damenschuhsohle [position]" ; arrêts du TF 4A_455/2008 du 1er décembre 2008 consid. 4.3 "AdRank" et 4A.5/2004 du 25 novembre 2004 consid. 3.3 "FIREMASTER" ; arrêt du TAF B-7402/2016 du 27 juillet 2018 consid. 4.1.3.1 "KNOT").

E. 3.1.3.2

S'il existe un motif absolu d'exclusion pour l'un des produits ou des services qui entre dans l'une des catégories figurant dans la liste des produits et des services auxquels le signe est destiné, la demande d'enregistrement est rejetée pour cette catégorie dans son ensemble (arrêt du TF 4A_618/2016 du 20 janvier 2017 consid. 4.3 "CAR-NET" ; arrêts du TAF B-1394/2016 du 12 décembre 2018 consid. 6.1.3.2 "LOCKIT" et B-283/2012 du 13 décembre 2012 consid. 7.1.2 "NOBLEWOOD").

E. 3.1.4.1

Un signe verbal est examiné dans chacune des quatre langues nationales suisses, qui ont une valeur égale. Pour qu'un signe appartienne au domaine public, il suffit qu'il soit descriptif dans l'une des régions linguistiques de Suisse (ATF 131 III 495 consid. 5 "FELSENKELLER", ATF 128 III 447 consid. 1.5 "PREMIERE" ; arrêt du TAF B-5996/2013 du 9 juin 2015 consid. 3.4 "FROSKHÖNIG").

E. 3.1.4.2

Le fait qu'un élément provienne d'une langue ne faisant pas partie des langues nationales n'exclut pas que cet élément appartienne au domaine public (ATF 120 II 144 consid. 3b/aa in fine "Yeni Raki").

E. 3.1.4.3

Ainsi, les éléments issus de la langue anglaise peuvent appartenir au domaine public s'ils sont compris par une partie non insignifiante du public suisse concerné (ATF 129 III 225 consid. 5.1 in fine "MASTERPIECE"). A cet égard, il est admis que le grand public connaît le vocabulaire anglais de base (ATF 125 III 193 consid. 1c in fine "Budweiser", ATF 108 II 487 consid. 3 "Vantage"; arrêts du TAF B-3000/2015 du 14 décembre 2016 consid. 3.5 "AFFILIATED MANAGERS GROUP" et B-5642/2014 du 16 juillet 2015 consid. 5.7 "EQUIPMENT"). Par ailleurs, les spécialistes disposent normalement, dans leur domaine, d'une bonne maîtrise de l'anglais (cf. arrêt du TF 4A_455/2008 du 1er décembre 2008 consid. 4.3 in fine "AdRank" ; arrêt du TAF B-7204/2007 du 1er décembre 2008 consid. 7 "STENCILMASTER").

E. 3.1.5

Des associations d'idées ou des allusions n'ayant qu'un rapport éloigné avec le produit ou le service concerné ne suffisent pas pour admettre l'appartenance d'un signe au domaine public. Le rapport avec le produit ou le service doit en effet être tel que le caractère descriptif du signe soit reconnaissable sans effort particulier d'imagination ou de réflexion (ATF 129 III 225 consid. 5.1 "MASTERPIECE", ATF 128 III 454 consid. 2.1 "YUKON" ; arrêt du TAF B-5004/2014 du 8 juin 2017 consid. 3.2.1.5 "CLOS D'AMBONNAY").

E. 3.1.6.1

Est descriptif le signe se référant au genre, à la nature, à la composition, à la qualité, à la quantité, à la destination, au but, à la valeur, à la provenance ou à d'autres caractéristiques du produit ou du service auquel il est destiné (ATF 135 III 359 consid. 2.5.5 "Abfolge von sieben Tönen [sonore]", ATF 118 II 181 consid. 3b "DUO" ; ATAF 2009/4 consid. 3 "POST").

E. 3.1.6.2

Le caractère descriptif d'un signe peut se référer soit au produit ou au service dans son ensemble, soit à un élément ou à une partie de ce produit ou de ce service (cf. arrêts du TAF B-7402/2016 du 27 juillet 2018 consid. 4.1.6.2 "KNOT", B-7196/2015 du 3 octobre 2017 consid. 4.3 in fine "MAGENTA" et B-2147/2016 du 7 août 2017 consid. 5.4.2 in fine "DURINOX").

E. 3.2

Le besoin de libre disposition d'un signe générique ou descriptif

E. 3.2.1

Si la force distinctive s'apprécie au regard de la perception des cercles de consommateurs déterminants (cf. consid. 3.1.1.1), le besoin de libre disposition dépend quant à lui des besoins des concurrents (arrêt du TF 4A_6/2013 du 16 avril 2013 consid. 2.4 in fine "WILSON" ; Meier/ Fraefel, in : CR PI, art. 2 LPM no 23).

E. 3.2.2

Sont frappés d'un besoin de libre disposition les signes qui sont essentiels, voire indispensables, dans le commerce et qui ne peuvent dès lors pas être monopolisés par un seul acteur du marché (ATF 139 III 176 consid. 2 "YOU" ; arrêts du TF 4A_330/2014 du 4 décembre 2014 consid. 2.2.2 "THINK/ THINK OUTDOORS [fig.]" et 4A_434/2009 du 30 novembre 2009 consid. 3.1 in fine "RADIO SUISSE ROMANDE").

E. 4

Seuls les "Services hôteliers" (classe 43) sont concernés par la présente procédure de recours (cf. consid. 1.1.1).

E. 5

De tels services sont destinés au grand public (cf. décision attaquée, p. 3 ; réponse, p. 2), qui fait preuve d'un degré d'attention moyen. Il ne faut en outre pas perdre de vue le fait qu'ils s'adressent également au spécialiste de la branche (agences de voyages, tour-opérateurs, etc.), qui fait preuve d'un degré d'attention accru (cf. arrêts du TAF B-5504/2018 du 28 novembre 2018 consid. 3 "più", B-2102/2016 du 27 mars 2018 consid. 4 in fine "NORMA [fig.]", B-1260/2012 du 14 décembre 2012 consid. 3.2-3.3 "BÜRGENSTOCK" et B-358/2012 du 12 novembre 2012 consid. 4.7 "B ROYAL SAVOY [fig.]").

E. 6.1

Le signe "ALOFT" est formé d'un ensemble de cinq lettres majuscules.

E. 6.2

En tant que tel, ce signe ne correspond pas à un mot existant dans les langues nationales suisses (cf. Le Petit Robert de la langue française, <https://petitrobert.lerobert.com/robert.asp> [ci-après : Le Petit Robert], consulté le 03.10.2019 ; DUDEN, <https://www.duden.de/woerterbuch> [ci-après : DUDEN], consulté le 03.10.2019 ; Lo Zingarelli, Vocabolario della lingua italiana, di Nicola Zingarelli, 12e éd. 2004 [ci-après : Lo Zingarelli]).

E. 6.3.1

Le signe "ALOFT" correspond en revanche à l'adverbe anglais "aloft" (cf. LEXICO, <https://www.lexico.com/> en [ci-après : LEXICO], consulté le 03.10.2019), qui signifie en particulier "en haut" ou "en l'air" en français (Le Robert & Collins, Dictionnaire FRANÇAIS-ANGLAIS/ ANGLAIS-FRANÇAIS, 8e éd. 2006 [ci-après : Le Robert & Collins]).

E. 6.3.2.1

Certes, comme le relève la recourante (recours, p. 6 [ch. 17]), la jurisprudence indique que le grand public a au moins des connaissances de base de l'anglais, ce qui signifie qu'il ne comprend pas uniquement les mots simples et facilement compréhensibles, mais également des énoncés complexes (arrêt du TAF B-5786/2011 du 23 novembre 2012 consid. 2.3 "QATAR AIRWAYS"). La doctrine précise d'ailleurs qu'il faut tenir compte du fait que les connaissances d'anglais du grand public s'améliorent sans cesse (cf. Meier/ Fraefel, in : CR PI, art. 2 LPM no 10 [n. 28]). La jurisprudence ajoute néanmoins que ce n'est que si elles sont compréhensibles pour une partie non insignifiante des cercles de consommateurs concernés en Suisse que des expressions anglaises peuvent entrer en considération (cf. ATF 129 III 225 consid. 5.1 in fine "MASTERPIECE" ; arrêts du TAF B-5786/2011 du 23 novembre 2012 consid. 2.3 "QATAR AIRWAYS", B-6748/2008 du 16 juillet 2009 consid. 7 "XPERTSELECT" et B-7410/2006 du 20 juillet 2007 consid. 3 "MASTERPIECE"). La recourante le relève d'ailleurs (recours, p. 6 [ch. 16]). D'une manière générale, seule une connaissance du vocabulaire de base peut dès lors être attendue du grand public (cf. ATF 125 III 193 consid. 1c in fine "Budweiser" ; arrêts du TAF B-283/2012 du 13 décembre 2012 consid. 4.3 "NOBLEWOOD" et B-3377/2010 du 28 juillet 2010 consid. 5.2 "RADIANT APRICOT").

E. 6.3.2.2

En l'espèce, pour établir que le terme "aloft" est largement répandu et utilisé dans différents domaines (recours, p. 6 [ch. 18]), la recourante se limite à se référer à un "extrait d'un dictionnaire électronique multilingue Linguee" (annexe 6 jointe au recours). Or, il s'avère que la plupart des exemples qui figurent dans ce moyen de preuve proviennent des domaines nautique, aéronautique et météorologique, c'est-à-dire de domaines (hautement) spécialisés. Ce document ne saurait dès lors constituer un indice du fait que l'adverbe anglais "aloft" est connu du grand public suisse.

E. 6.3.2.3

Par ailleurs, s'ils renvoient également à l'adverbe anglais, les résultats d'une recherche sur le site Internet <https://www.google.ch> avec la suite de lettres "aloft" se rapportent très largement aux services hôteliers de la recourante (cf. annexe 5 jointe au recours ; annexe 1

jointe à la réplique ; cf. également : recours, p. 6 [ch. 15] ; réponse, p. 2). Une telle recherche peut dès lors constituer un indice du fait que cet adverbe anglais n'est pas particulièrement courant. La recourante ne saurait tirer des résultats d'une recherche de ce type la conclusion que le signe "ALOFT" est soit indéterminé soit un renvoi à sa propre entreprise (réplique, p. 2). Le fait que, en tant que tel, un signe ne corresponde pas à un terme compris du consommateur concerné ne signifie en effet pas encore qu'il soit fantaisiste (cf. consid. 6.4). Enfin, à défaut de demande expresse de la recourante à ce sujet, la question de savoir si le signe "ALOFT" s'est imposé comme marque pour les services concernés au sens de l'art. 2 let. a in fine LPM (cf. arrêt du TAF B-1394/2016 du 12 décembre 2018 consid. 5.2.1-5.2.2 "LOCKIT") n'a pas à être examinée (cf. ATF 140 III 109 consid. 5.3.2 in fine "ePostSelect [fig.]" ; arrêts du TAF B-4519/2011 du 31 octobre 2012 consid. 3.8 in limine "RHÄTISCHE BAHN" et B-3553/2007 du 26 août 2008 consid. 6 "SWISS ARMY").

E. 6.3.2.4

La recourante affirme encore que, si un consommateur est interpellé par le sens à donner à une dénomination à laquelle il n'est pas familier, il aura de nos jours instinctivement recours à Internet pour tenter d'en élucider le sens (réplique, p. 2). Or, il n'est guère probable que, confronté au signe "ALOFT" en lien avec des services hôteliers, le grand public prenne la peine d'en rechercher la signification exacte en anglais, alors que, dans un tel contexte, il identifie immédiatement l'élément "LOFT", qui se réfère clairement à un type d'hébergement (cf. consid. 7.1.1).

E. 6.3.2.5

Enfin, le fait qu'un terme anglais soit proche d'un terme appartenant à une langue nationale est certes un indice du fait qu'il est compris du grand public (cf. arrêt du TAF B-8586/2010 consid. 5.2 "COLOUR SAVER" ; Meier/ Fraefel, in : CR PI, art. 2 LPM no 10). La recourante ne saurait toutefois être suivie lorsqu'elle soutient que le fait que le terme "aloft" soit phonétiquement proche du nom allemand "Luft" favorise sa compréhension (recours, p. 6-7 [ch. 20-22]). Dans le domaine des services hôteliers, dans lequel l'élément "LOFT" se réfère clairement à un type d'hébergement (cf. consid. 7.1.1), il est en effet difficilement imaginable qu'un lien soit établi entre les termes "aloft" et "Luft".

E. 6.3.3

En conclusion, il convient de retenir que le mot "aloft" n'appartient pas au vocabulaire anglais de base (cf. Langenscheidt, Premium Schulwörterbuch Englisch, 2009 [ci-après : Langenscheidt, Schulwörterbuch] ; PONS, Basiswörterbuch Schule Englisch, 2006 [ci-après : PONS, Basiswörterbuch]) et qu'il n'est dès lors pas compris du grand public (cf. consid. 3.1.4.3). Force est d'ailleurs de constater que la recourante n'établit pas que, en Suisse, ce mot serait particulièrement utilisé et familier du grand public.

E. 6.4

Avant de considérer un signe comme fantaisiste, le consommateur essaie de lui donner un sens en le décomposant (arrêt du TAF B-1394/2016 du 12 décembre 2018 consid. 8.2.2 "LOCKIT" ; cf. arrêt du TAF B-2791/2016 du 16 avril 2018 consid. 3.2 [non publié in ATAF 2018 IV/3] "WingTsun"). Contrairement à ce que soutient la recourante (recours, p. 4-5 [ch. 10-13]), le fait que ce soit l'impression d'ensemble qui se dégage du signe tel qu'il est déposé qui soit déterminante (cf. consid. 3.1.2) n'empêche pas sa décomposition. Si elle n'est pas perçue, peu importe d'ailleurs qu'un signe ait une signification précise (dans une

autre langue). La recourante ne peut dès lors pas être suivie lorsqu'elle affirme que, si le sens de l'adverbe anglais "aloft" échappe à la perception immédiate du consommateur, le signe "ALOFT" ne peut par définition pas être qualifié de descriptif (cf. réplique, p. 2). En l'espèce, le signe "ALOFT" peut être scindé en deux éléments distincts : "A" (consid. 6.4.2) et "LOFT" (consid. 6.4.1).

E. 6.4.1.1

L'élément "LOFT" correspond au nom français "loft", qui provient de l'anglais (cf. LEXICO, consulté le 03.10.2019) et qui peut être défini de la manière suivante : "Local à usage commercial ou industriel transformé en habitation, en logement" (Le Petit Robert, consulté le 03.10.2019 ; cf. annexes 1 et 2 jointes à la décision attaquée). Ce nom existe également en allemand (cf. DUDEN, consulté le 03.10.2019 ; annexe 6 jointe à la réponse) et en italien (cf. Lo Zingarelli ; annexe 7 jointe à la réponse), langues dans lesquelles il a la même signification qu'en français.

E. 6.4.1.2

Le nom (français, allemand, italien et anglais) "loft" est connu du grand public (cf. décision attaquée, p. 3). Il est en effet couramment utilisé, notamment dans le domaine hôtelier (cf. consid. 7.1.1).

E. 6.4.2.1

L'élément "A" du signe "ALOFT" correspond quant à lui à l'article indéfini anglais "a", qui signifie en particulier "un" ou "une" en français (Le Robert & Collins) et qui appartient au vocabulaire anglais de base (cf. Langenscheidt, Schulwörterbuch ; PONS, Basiswörterbuch).

E. 6.4.2.2

La recourante ne saurait être suivie lorsqu'elle affirme que l'élément "A" pourrait également être perçu comme un "a privatif" (cf. recours, p. 7 [ch. 23] ; annexe 7 jointe au recours), c'est-à-dire un "[é]lément tiré du grec exprimant la négation (« pas »), ou la privation (« sans »)" (Le Petit Robert, consulté le 04.10.2019). En effet, qui plus est en lien avec des services hôteliers, le grand public n'a guère de raison de penser que, dans le signe "ALOFT", l'élément "LOFT", dont l'origine anglaise (cf. consid. 6.4.1.1) est facilement reconnaissable, n'est pas précédé d'un article indéfini anglais tout à fait courant et connu.

E. 6.5.1

En dépit du fait qu'ils sont accolés dans le signe "ALOFT", les éléments "A" et "LOFT" sont aisément perceptibles. En lien avec les services revendiqués en l'espèce, le grand public identifie en effet immédiatement (contrairement à ce que soutient la recourante [réplique, p. 3]) le nom "loft" (cf. consid. 6.4.1.2). Il est en outre logique que ce nom (anglais) "loft" soit précédé de l'article indéfini anglais "a" (cf. consid. 6.4.2.2).

E. 6.5.2

En lien avec les services en cause, il n'est guère imaginable de scinder le signe "ALOFT" d'une autre manière. La recourante ne propose d'ailleurs pas de le décomposer différemment.

E. 6.6

En conclusion, il s'agit de retenir que, en lien avec des "Services hôteliers" (classe 43), le signe "ALOFT" est compris de la manière suivante : "un loft" (cf. décision attaquée, p. 3). Une telle signification est en effet perçue sans effort de réflexion particulier par le grand public (cf. consid. 5).

E. 7.1.1

Il n'est pas rare que, outre de simples chambres, des lofts figurent parmi les types d'hébergement proposés par les hôtels et soient expressément désignés par ce terme. Il s'avère par ailleurs que des hôtels incluent l'élément "LOFT" dans leur nom (cf. annexe 3 jointe à la décision attaquée ; annexes 8-13 jointes à la réponse). Vu sa signification (cf. consid. 6.6), le signe "ALOFT" est dès lors descriptif des "Services hôteliers" (classe 43) en cause (cf. consid. 4). Pour le grand public en tout cas (cf. consid. 3.1.1.3), il se réfère en effet clairement à un type d'hébergement et, ainsi, à l'objet des services concernés, sans qu'un effort d'imagination particulier ne soit nécessaire (cf. décision attaquée, p. 3).

E. 7.1.2.1

Un signe appartient au domaine public au sens de l'art. 2 let. a LPM s'il se limite à la simple combinaison d'éléments verbaux banals et/ou descriptifs en lien avec les produits ou les services revendiqués. Tel est en particulier le cas s'il est immédiatement perçu comme la description d'une caractéristique du produit ou du service auquel il est destiné (cf. arrêts du TF 4A_168/2010 du 19 juillet 2010 consid. 4.3.1-4.3.2 "PNEUS-ONLINE.COM" et 4C.403/1999 du 16 février 2000 consid. 3a-3b "BIODERMA" ; arrêt du TAF B-283/2012 du 13 décembre 2012 consid. 6.3 "NOBLEWOOD").

E. 7.1.2.2

En l'espèce, le seul fait que les deux éléments "A" et "LOFT" soient accolés ne permet pas d'exclure le caractère descriptif du signe "ALOFT" et de lui conférer une quelconque force distinctive (décision attaquée, p. 3 ; réponse, p. 3 ; cf. réplique, p. 2).

E. 7.1.3.1

Par ailleurs, dans la mise en oeuvre de l'art. 2 let. a LPM, les signes qui constituent des cas limite doivent être enregistrés, la décision définitive quant à leur protection étant laissée à l'appréciation des tribunaux civils (ATF 135 III 359 consid. 2.5.3 in fine "Abfolge von sieben Tönen [sonore]", ATF 130 III 328 consid. 3.2 "Swatch-Uhrband [3D]", ATF 129 III 225 consid. 5.3 "MASTERPIECE").

E. 7.1.3.2

En l'espèce, vu notamment la signification claire de son élément "LOFT" en lien avec les services en cause (cf. consid. 7.1.1), le signe "ALOFT" ne constitue pas un cas limite et ne peut dès lors être enregistré pour cette raison (cf. recours, p. 9 [ch. 31] ; réponse, p. 3 in fine).

E. 7.1.4

La recourante ne saurait enfin être suivie lorsqu'elle soutient que, dans la logique de la décomposition du signe "ALOFT" en deux éléments ("A" et "LOFT"), il conviendrait de scinder également des mots tels que "across" ou "again" et que, dès lors, le signe "ACROSS" serait potentiellement descriptif de la forme de bijoux en classe 14 et le signe "AGAIN" pourrait être considéré comme laudatif pour des services qui apportent un gain aux consommateurs (recours, p. 5-6 [ch. 14]). Force est en effet de constater que,

contrairement aux mots anglais énumérés par la recourante, qui - pour la plupart - sont très courants (cf. Langenscheidt, Schulwörterbuch ; PONS, Basiswörterbuch), l'adverbe anglais "aloft" n'appartient pas au vocabulaire anglais de base (cf. consid. 6.3.3), raison pour laquelle il n'est pas perçu comme un tout et est décomposé en deux éléments connus (cf. réponse, p. 2-3).

E. 7.2.1

En conclusion, le signe "ALOFT" est dénué de force distinctive en lien avec les "Services hôteliers" revendiqués en classe 43. Il appartient dès lors au domaine public au sens de l'art. 2 let. a LPM.

E. 7.2.2

Dans ces conditions, la question de savoir si le signe "ALOFT" est soumis à un besoin de libre disposition (cf. consid. 3.2.1-3.2.2) peut rester ouverte (cf. décision attaquée, p. 3).

E. 8.1

La recourante soutient par ailleurs que le fait que le signe "ALOFT" ait été admis plusieurs fois à l'enregistrement par l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (ci-après : EUIPO) pour protéger les mêmes services que les services en cause (cf. annexe 9 jointe au recours) devrait être pris en considération en l'espèce. Elle relève en effet que ces enregistrements sont nombreux et qu'ils couvrent une large zone géographique. Elle ajoute qu'elle voit mal pourquoi la perception linguistique ne serait pas la même en Suisse que dans l'Union européenne. Elle estime enfin que le cas est limite (recours, p. 8-9).

E. 8.2

Les autorités suisses ne tiennent en principe pas compte des décisions d'enregistrement de marques rendues par des autorités étrangères (ATF 130 III 113 consid. 3.2 "Montessori", ATF 129 III 225 consid. 5.5 "MASTERPIECE"). Ce n'est que dans les cas limite que les décisions étrangères peuvent être prises en considération à titre d'indice du caractère enregistrable d'un signe (arrêt du TAF B-7402/2016 du 27 juillet 2018 consid. 11.2 "KNOT").

E. 8.3

Dès lors que, en l'espèce, le cas n'est pas limite (cf. consid. 7.1.3.2), la recourante ne saurait tirer quoi que ce soit de l'enregistrement du signe en cause par l'EUIPO.

E. 9.1

Enfin, pour justifier la protection du signe "ALOFT", la recourante se réfère à la marque suisse no 622'979 "ALOFT HOTELS" (classes 35 et 43), enregistrée et publiée le 24 novembre 2011 (recours, p. 8 [ch. 26]).

E. 9.2.1.1

Vu qu'elle en est elle-même titulaire (cf. [https:// www. swissreg. ch](https://www.swissreg.ch) , consulté le 10.10.2019), la recourante ne peut pas se fonder sur la marque suisse no 622'979 "ALOFT HOTELS" pour invoquer, au sens de l'art. 8 al. 1 de la Constitution fédérale de la Confédération suisse du 18 avril 1999 (Cst., RS 101), le principe de l'égalité dans l'illégalité (arrêt du TAF B-1394/2016 du 12 décembre 2018 consid. 11.3.3.1 "LOCKIT"). Cette marque suisse no 622'979 "ALOFT HOTELS" lui permet uniquement de se prévaloir du principe de la bonne foi (cf. consid. 9.2.2).

E. 9.2.1.2

Peut ainsi rester ouverte la question de savoir si le signe protégé par la marque suisse no 622'979 "ALOFT HOTELS" est comparable au signe en cause "ALOFT" (cf. recours, p. 8 [ch. 26] ; réponse, p. 3 ; réplique, p. 2 ; arrêt du TF 4A.5/2004 du 25 novembre 2004 consid. 4.3 "FIREMASTER").

E. 9.2.2

Par ailleurs, l'enregistrement d'une seule marque ne saurait constituer une assurance dont son titulaire pourrait se prévaloir sous l'angle du principe de la bonne foi au sens de l'art. 9 Cst. (cf. arrêts du TAF B-5071/2017 du 2 septembre 2019 consid. 12.2.2.1 "FILMARRAY" et B-6068/2014 du 1er février 2016 consid. 6.8 [non publié in ATAF 2016/21] "GOLDBÄREN").

E. 9.3

La recourante ne peut dès lors tirer quoi que ce soit de l'enregistrement de la marque suisse no 622'979 "ALOFT HOTELS".

E. 10.1

Il ressort de tout ce qui précède que c'est à juste titre que la décision attaquée rejette la demande d'enregistrement de marque suisse no 62053/2016 portant sur le signe "ALOFT" destiné à des "Services hôteliers" (classe 43). Le recours est dès lors rejeté.

E. 10.2

Ne reste ainsi qu'à statuer sur les frais et les dépens (consid. 11-12).

E. 11.1

En règle générale, les frais de procédure - comprenant l'émolument judiciaire (cf. art. 63 al. 4bis PA ; art. 2 et art. 4 du Règlement du 21 février 2008 concernant les frais, dépens et indemnités fixés par le Tribunal administratif fédéral [FITAF, RS 173.320.2] ; ATF 133 III 490 consid. 3.3 "Turbinenfuss [3D]" ; arrêt du TAF B-7547/2015 du 13 novembre 2017 consid. 16.1.1-16.1.3 "[bouteille] [3D]" ; sic! 2015, p. 497) et les débours - sont mis à la charge de la partie qui succombe (art. 63 al. 1 in limine PA ; art. 1 al. 1 FITAF).

E. 11.2.1

En l'espèce, il se justifie d'arrêter à Fr. 3'000.- le montant des frais de la procédure de recours.

E. 11.2.2.1

Vu le sort du recours (cf. consid. 10.1), il convient de mettre cette somme à la charge de la recourante, qui succombe (cf. art. 63 al. 1 in limine PA).

E. 11.2.2.2

Ces frais de procédure sont compensés par l'avance de frais de Fr. 3'000.- versée par la recourante le 16 janvier 2018.

E. 12.1

Vu qu'elle succombe, la recourante n'a pas droit à des dépens (cf. art. 64 al. 1 PA ; art. 7 al. 1 FITAF).

E. 12.2

Quant à l'autorité inférieure, elle n'a pas droit aux dépens (art. 7 al. 3 FITAF).

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.