



Arrêt du 4 février 2020

Composition

Pietro Angeli-Busi (président du collège),
Martin Kayser et David Aschmann, juges ;
Pierre-Emmanuel Ruedin, greffier.

Parties

Bulgari S.p.A.,
[...],
représentée par Inteltech S.A.,
[...],
recourante,

contre

Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle IPI,
Stauffacherstrasse 65/59g, 3003 Berne,
autorité inférieure.

Objet

Demandes d'enregistrement de marque suisse
n° 52787/2015 "BVLGARI VAULT" et
n° 55832/2017 "BVLGARI" ;
enregistrement international n° 1'290'822 "BVLGARI".

Faits :**A.****A.a** Décision attaquée 1 (procédure de recours B-151/2018)

A.a.a Le 9 mars 2015, Bulgari S.p.A. (ci-après : recourante) dépose auprès de l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI ; ci-après : autorité inférieure) la demande d'enregistrement de marque suisse n° 52787/2015 portant sur le signe "BVLGARI VAULT" destiné à divers produits et services appartenant aux classes 9, 38 et 42.

A.a.b Par courrier du 19 mai 2015, l'autorité inférieure fait part à la recourante de son intention de refuser l'enregistrement du signe pour tous les produits et les services revendiqués, sur la base de l'art. 2 let. c 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).

L'autorité inférieure estime que le signe "BVLGARI VAULT" contient le terme "BVLGARI", qui est une forme insuffisamment modifiée du terme français "Bulgarie". Elle en conclut que le signe est de nature à induire en erreur si les produits et/ou les services revendiqués ne proviennent pas de Bulgarie.

A.a.c Par courrier électronique du 4 janvier 2016 (accompagné de ses annexes), la recourante conclut à l'enregistrement du signe comme marque.

A.a.d Par courrier du 23 mai 2016, l'autorité inférieure maintient son refus d'enregistrer le signe, sauf pour divers produits appartenant à la classe 9.

A.a.e Par courrier électronique du 18 août 2016 (accompagné de ses annexes), la recourante confirme sa position.

A.a.f Suite – notamment – à un entretien avec l'autorité inférieure le 2 février 2017, la recourante dépose, par courrier électronique du 12 juillet 2017 (accompagné de ses annexes), des observations finales dans lesquelles elle conclut en particulier (cf. consid. A.b.d et A.c.b.b) à l'enregistrement comme marque du signe en cause et à ce qu'une décision formelle sujette à recours soit rendue.

A.a.g Le 21 novembre 2017, l'autorité inférieure rend une décision (accompagnée d'annexes) (ci-après : décision attaquée 1 [annexe 25 du dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure]) dont le dispositif est le suivant :

1. La demande d'enregistrement de marque suisse n° 52787/2015 est **rejetée** pour les produits et services suivants :
 - Classe 9 : Puces (circuits intégrés) ; antennes pour appareils de communication sans fil ; appareils et instruments de transfert, réception et stockage de sons, d'images et de données, sous forme numérique et analogique ; bracelets magnétiques d'identification ; circuits intégrés ; lecteurs de codes à barres ; supports de données magnétiques ; émetteurs de signaux électroniques ; appareils pour le traitement de l'information ; interfaces [informatique].
 - Classe 38 : Communications par terminaux d'ordinateurs ; services de télécommunications ; fourniture d'accès à des bases de données ; transmission de messages et d'images assistée par ordinateur, transmission de données par le biais d'un réseau informatique mondial ; diffusion en continu de matériel audio, visuel et audiovisuel par le biais d'un réseau informatique mondial.
 - Classe 42 : Conception et développement de systèmes de saisie, d'extraction, de traitement, d'affichage et de stockage de données ; services de stockage électronique de données ; conception de logiciels, micrologiciels, matériel informatique et systèmes informatiques ; conception, développement, maintenance et mise à jour de logiciels ; services de décodage et cryptage de données ; services de sécurité, à savoir protection en ligne de réseaux d'ordinateurs contre l'accès par des tiers non autorisés ; conception, développement, maintenance et mise à jour de logiciels d'application ; prestations de fournisseur de services applicatifs (ASP) à savoir hébergement d'applications logicielles de tiers, mise à disposition temporaire de logiciels non téléchargeables.
2. La demande d'enregistrement de marque suisse n° 52787/2015 est **acceptée** pour les produits suivants :
 - Classe 9 : Logiciels de cryptage ; logiciels d'application pour téléphones portables ; programmes d'ordinateurs [logiciels téléchargeables].
3. La présente décision est notifiée par écrit au mandataire de la [recourante].

A.b Décision attaquée 2 (procédure de recours B-182/2018)

A.b.a Le 11 mai 2017, la recourante dépose auprès de l'autorité inférieure la demande d'enregistrement de marque suisse n° 55832/2017 portant sur

le signe "BVLGARI" destiné à divers services appartenant aux classes 36 et 43.

A.b.b Par courrier du 29 mai 2017, l'autorité inférieure fait part à la recourante de son intention de refuser l'enregistrement du signe pour tous les services revendiqués, sur la base de l'art. 2 let. c LPM.

L'autorité inférieure estime que le signe "BVLGARI" est une forme insuffisamment modifiée des termes français "Bulgarie" et italien "*bulgari*" et qu'il est dès lors de nature à induire en erreur si les services revendiqués ne proviennent pas de Bulgarie.

A.b.c

A.b.c.a En réponse aux objections formulées par l'autorité inférieure dans son courrier du 29 mai 2017 (cf. consid. A.b.b) au sujet de certains libellés de la liste des services revendiqués, la recourante précise, par courrier électronique adressé à l'autorité inférieure le 7 juin 2017, la liste des services en cause.

A.b.c.b L'autorité inférieure prend acte de ces modifications (cf. annexe 1 du dossier B-182/2018 de l'autorité inférieure ; <<https://www.swissreg.ch>>, consulté le 20.01.2020). La liste des services en cause a dès lors la teneur suivante :

Classe 36 : "Services immobiliers, à savoir services en matière de développement, achat, vente, financement, gestion, exploitation, location, promotion et courtage d'appartements, copropriétés, propriétés partagées et tout autre type de bien immobilier, ainsi que les locaux et commodités connexes, gérance de biens immobiliers, financement d'opérations de location-vente, affermage de biens immobiliers et services de cartes de crédit ; émission de cartes de crédit ; donations et collectes d'œuvres de bienfaisance ; mécénat, à savoir fourniture de contributions en nature en faveur d'individus et d'organismes publics et privés ; affaires immobilières, à savoir services de sociétariat dans des clubs de participation à des bien [*sic*] indivis, clubs résidentiels privés, clubs de droits d'usage et projets de crédit-bail à long terme dans des lieux de vacance [*sic*] et complexes touristiques ; services de courtage immobilier, à savoir faciliter la vente, l'échange et le commerce de temps de vacances et de tourisme pour les membres de clubs de villégiature, complexes immobiliers partagés, clubs de participation à des biens indivis, clubs résidentiels privés, clubs de droits d'usage et projets de crédit-bail à long terme ; affaires immobilières, à savoir aménagement de possibilités d'échange des droits d'occupation entre propriétaires de propriétés de vacance [*sic*]."

Classe 43 : "Services hôteliers ; services de restaurant, services de traiteurs, services de bars et services de bars à cocktails ; services d'hébergement ; mise à disposition de logements ou de chambres dans des centres de villégiature, réservation de chambres dans des complexes touristiques, services d'hôtels de tourisme ; mise à disposition et location de salles de réunion, de moyens d'hébergement et d'installations hôtelières pour des réunions, conférences et expositions ; mise à disposition d'installations de réceptions et de banquets pour des occasions spéciales ; services de réservation d'hôtels (pour des tiers) ; hébergement temporaire à savoir services de sociétariat fournissant le droit temporaire de jouir de résidences de vacance [sic] temporaires ; hébergement temporaire à savoir services de clubs en matière de résidences privées, à savoir mise à disposition d'hébergements temporaires aux membres d'un club dans des résidences que louent ou possèdent des entreprises."

A.b.d Par courrier électronique du 12 juillet 2017 (accompagné de ses annexes), la recourante dépose des observations finales dans lesquelles elle conclut en particulier (cf. consid. A.a.f et A.c.b.b) à l'enregistrement du signe en cause comme marque et à ce qu'une décision formelle sujette à recours soit rendue.

A.b.e Le 21 novembre 2017, l'autorité inférieure rend une décision (accompagnée d'annexes) (ci-après : décision attaquée 2 [annexe 10 du dossier B-182/2018 de l'autorité inférieure]) dont le dispositif est le suivant :

1. La demande d'enregistrement de marque suisse n° 55832/2015 est **rejetée** pour tous les services revendiqués.
2. La présente décision est notifiée par écrit au mandataire de la [recourante].

A.c Décision attaquée 3 (procédure de recours B-183/2018)

A.c.a Enregistré au registre international le 23 décembre 2015 sur la base d'une demande déposée auprès de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) le 31 juillet 2015, l'enregistrement international n° 1'290'822 – qui désigne notamment la Suisse – est notifié par l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) le 3 mars 2016. Il porte sur le signe "BVLGARI" destiné à divers produits et services appartenant aux classes 9, 35, 38 et 42.

A.c.b

A.c.b.a Le 21 février 2017, l'autorité inférieure émet une notification de refus provisoire total (sur motifs absolus) à l'encontre de l'enregistrement international n° 1'290'822 "BVLGARI", en se basant sur l'art. 6^{quinquies} let. B

ch. 3 de la Convention de Paris du 20 mars 1883 pour la protection de la propriété industrielle, révisée à Stockholm le 14 juillet 1967 (RS 0.232.04 ; ci-après : CUP), ainsi que sur l'art. 2 let. c, l'art. 30 al. 2 let. c et les art. 47 s. LPM.

L'autorité inférieure estime que le signe "BVLGARI" est une forme insuffisamment modifiée des termes français "Bulgarie" et italien "*Bulgari*" et qu'il est dès lors de nature à induire en erreur si les produits et/ou les services revendiqués ne proviennent pas de Bulgarie.

A.c.b.b Par courrier électronique du 12 juillet 2017 (accompagné de ses annexes), la recourante dépose des observations finales dans lesquelles elle conclut en particulier (cf. consid. A.a.f et A.b.d) à la protection en Suisse du signe en cause et à ce qu'une décision formelle sujette à recours soit rendue.

A.c.b.c Le 21 novembre 2017, l'autorité inférieure rend une décision (accompagnée d'annexes) (ci-après : décision attaquée 3 [annexe 8 du dossier B-183/2018 de l'autorité inférieure]) dont le dispositif est le suivant :

1. L'enregistrement international n° 1290822 est **refusé** pour les produits et services suivants :
 - Classe 9 : Appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, le traitement, le stockage et l'échange de données, sons ou images ; jeux de puces informatiques pour la transmission de données depuis ou vers une unité centrale ; circuits pour le cryptage et le décryptage de données informatiques ; interfaces informatiques de communication ; cartes d'interface de communication ; modules d'interface de communication ; circuits intégrés ; puces à circuits intégrés ; micro-circuits ; circuits imprimés ; étiquettes électroniques ; cartes à puce ; cartes mémoire ; cartes de paiement électronique et lecteurs d'étiquettes électroniques ; cartes pour le contrôle d'accès ; appareils et instruments pour le contrôle d'accès et l'identification et l'authentification de personnes et biens ; appareils de commande à distance ; lecteurs de cartes à puce ; manuels électroniques et en ligne ; puces électroniques codées ; dispositifs de stockage de données ; antennes ; antennes pour appareils de communication sans fil ; bracelets d'identification codés ; composants électroniques ; microprocesseurs ; bracelets d'identité codés électroniquement.
 - Classe 35 : Vente au détail, en gros, par correspondance, en ligne d'appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, le traitement, le stockage et l'échange de données, sons ou images ; services de vente au détail de sacs ; services de vente au détail d'articles de bijouterie ; services de vente au détail de produits de toilette ; services de vente au détail de vêtements et accessoires ;

services de vente au détail de bagages ; services de vente au détail dans le domaine des logiciels informatiques ; services de vente au détail d'œuvres d'art ; services de vente au détail d'instruments de beauté pour êtres humains ; services de vente au détail en rapport avec du chocolat ; publicité en ligne sur des réseaux informatiques de communication ; services de magasins de vente au détail en ligne d'articles de bijouterie, produits cosmétiques et de beauté, vêtements et accessoires ; services de traitement de données en ligne ; services informatisés de commande en ligne ; fourniture d'informations commerciales et d'affaires en ligne ; gestion de traitement de données ; services de traitement de données ; administration de la promotion d'affaires des activités d'affaires de magasins de vente au détail ; publicité ; publicité sur tous types de supports de communication publique ; présentation de produits sur tous supports de communication à des fins de vente au détail ; services de collecte de données aux points de vente par ordinateur.

- Classe 38 : Services de télécommunication et de communication ; services de communication par le biais de réseaux informatiques ; fourniture de réseaux de télécommunications ; services de transmission de données ; services de fourniture d'accès à des bases de données ; transmission d'informations contenues dans des bases de données ; diffusion en continu de matériel audio, visuel et audiovisuel par le biais d'un réseau informatique mondial ; services d'information, assistance, services de conseillers et conseils dans le domaine des télécommunications ; services de télécommunications interactives.
- Classe 42 : Services d'ingénierie ; conception, développement et maintenance de programmes et applications informatiques ; conception de programmes pour ordinateurs et microprocesseurs ; services de programmation informatique pour la sécurité de données électroniques ; conception, développement et mise à jour de logiciels et programmes informatiques ; services de sécurité de données ; services informatiques en rapport avec le stockage électronique de données ; services de conception liés à des outils de de [sic] traitement des données ; programmation de logiciels pour l'importation et la gestion de données ; programmation informatique pour systèmes de communication et traitement de données ; conception et développement de systèmes de sécurité de données électroniques ; conception de logiciels pour le stockage et le rappel de données multimédias ; cryptage, décryptage et authentification d'informations, de messages et de données ; conception et développement de systèmes de saisie, d'extraction, de traitement, d'affichage et de stockage de données ; fourniture d'interfaces informatiques non téléchargeables pour la fourniture d'informations concernant une grande variété de textes, documents électroniques, bases de données, graphismes et informations audiovisuelles ; fournisseurs de services applicatifs (ASP), à savoir hébergement d'applications logicielles informatiques de tiers ; mise à disposition temporaire de logiciels non téléchargeables.

2. L'enregistrement international n° 1290822 est **accepté** pour les produits suivants :
 - Classe 9 : Logiciels informatiques ; applications logicielles informatiques téléchargeables ; logiciels informatiques d'intégration d'applications et de bases de données ; programmes pour le cryptage et le décryptage de données informatiques ; logiciels d'application ; logiciels d'application pour téléphones mobiles ; logiciels d'application pour dispositifs sans fil ; logiciels d'application pour services d'infonuagique ; programmes informatiques.
3. Cette décision est notifiée par écrit au mandataire [de la recourante].

B.

B.a Par mémoire du 8 janvier 2018 (accompagné de ses annexes), la recourante dépose auprès du Tribunal administratif fédéral un recours contre la décision attaquée 1 (ci-après : recours B-151/2018) dont les conclusions sont les suivantes :

[...] la recourante conclut que plaise au Tribunal administratif fédéral :

1. admettre le présent recours ;
2. annuler le ch. 1 et modifier le ch. 2 de la décision attaquée [1], en ce sens que la demande de marque BVLGARI VAULT (n° 52787/2015) est admise à l'enregistrement pour tous les produits et services revendiqués, en classes 9, 38 et 42 ;
3. statuer sans frais et mettre les dépens de l'instance à charge de l'autorité inférieure.

B.b Par mémoire du 8 janvier 2018 (accompagné de ses annexes), la recourante dépose auprès du Tribunal administratif fédéral un recours contre la décision attaquée 2 (ci-après : recours B-182/2018) dont les conclusions sont les suivantes :

[...] la recourante conclut que plaise au Tribunal administratif fédéral :

1. admettre le présent recours ;
2. annuler le ch. 1 de la décision attaquée [2] et admettre l'enregistrement de la demande de marque BVLGARI (n° 55832/2017) pour tous les services revendiqués, en classes 36 et 43 ;
3. statuer sans frais et mettre les dépens de l'instance à charge de l'autorité inférieure.

B.c Par mémoire du 8 janvier 2018 (accompagné de ses annexes), la recourante dépose auprès du Tribunal administratif fédéral un recours contre la décision attaquée 3 (ci-après : recours B-183/2018) dont les conclusions sont les suivantes :

[...] la recourante conclut que plaise au Tribunal administratif fédéral :

1. admettre le présent recours ;
2. annuler le ch. 1 et modifier le ch. 2 de la décision attaquée [3], en ce sens que la demande d'extension de l'enregistrement international BVLGARI (IR n° 1290822) est admise à l'enregistrement pour tous les produits et services revendiqués, en classes 9, 35, 38 et 42 ;
3. statuer sans frais et mettre les dépens de l'instance à charge de l'autorité inférieure.

C.

C.a Par décision incidente du 27 février 2018, le Tribunal administratif fédéral prononce la jonction des procédures de recours B-151/2018, B-182/2018 et B-183/2018 étant donné qu'elles opposent les mêmes parties, concernent des faits de même nature et portent sur des questions juridiques communes.

C.b Dans la procédure de recours ainsi unifiée (et poursuivie sous la référence B-151/2018), l'autorité inférieure présente une (seule) réponse (accompagnée du dossier complet de chacune des causes [ci-après : dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure, dossier B-182/2018 de l'autorité inférieure ou dossier B-183/2018 de l'autorité inférieure]) le 12 avril 2018 (ci-après : réponse). Elle conclut au rejet des recours B-151/2018, B-182/2018 et B-183/2018 et à ce que les frais des causes soient mis à la charge de la recourante.

D.

Dans sa réplique du 21 juin 2018 (ci-après : réplique), la recourante confirme intégralement les conclusions de ses recours (cf. consid. B.a, B.b et B.c).

E.

Dans sa duplique du 13 août 2018 (ci-après : duplique), l'autorité inférieure réitère les conclusions de sa réponse (cf. consid. C.b).

Droit :**1.**

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

1.1**1.1.1 Procédure de recours B-151/2018**

1.1.1.1 Par son recours B-151/2018 (cf. consid. B.a), la recourante ne conclut pas à l'annulation de la décision attaquée 1 dans son ensemble, mais uniquement à l'annulation du ch.1 de son dispositif (cf. consid. A.a.g).

Est dès lors entré en force le ch. 2 du dispositif de la décision attaquée 1, par lequel la demande d'enregistrement de marque suisse n° 52787/2015 portant sur le signe "BVLGARI VAULT" est admise pour une partie des produits revendus en classe 9 (arrêt du TAF B-107/2018 du 25 octobre 2019 consid. 1.1.2.2 "ALOFT").

1.1.1.2 Dans la procédure de recours B-151/2018, l'objet du litige (cf. arrêt du TAF B-5145/2015 du 11 décembre 2017 consid. 2.1.2 "The SwissCellSpa EXPERIENCE [fig.]/SWISSCELL") est ainsi limité à la demande d'enregistrement de marque suisse n° 52787/2015 portant sur le signe "BVLGARI VAULT" dans la mesure où il est destiné aux produits (classe 9) et aux services (classes 38 et 42) mentionnés au ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 1 (cf. consid. A.a.g et 8.1).

1.1.2 Procédure de recours B-182/2018

1.1.2.1 Par son recours B-182/2018 (cf. consid. B.b), la recourante conclut à l'annulation du ch.1 du dispositif de la décision attaquée 2 (cf. consid. A.b.e).

1.1.2.2 Dans la procédure de recours B-182/2018, l'objet du litige correspond ainsi à la demande d'enregistrement de marque suisse n° 55832/2017 portant sur le signe "BVLGARI" destiné à l'ensemble des services revendus en classes 36 et 43 (cf. consid. A.b.c.b et 8.2).

1.1.3 Procédure de recours B-183/2018

1.1.3.1 Par son recours B-183/2018 (cf. consid. B.c), la recourante ne conclut pas à l'annulation de la décision attaquée 3 dans son ensemble, mais uniquement à l'annulation du ch. 1 de son dispositif (cf. consid. A.c.b.c).

Est dès lors entré en force le ch. 2 du dispositif de la décision attaquée 3, par lequel la protection en Suisse de l'enregistrement international n° 1'290'822 portant sur le signe "BVLGARI" est admise pour une partie des produits revendiqués en classe 9 (cf. consid. 1.1.1.1).

1.1.3.2 Dans la procédure de recours B-183/2018, l'objet du litige est ainsi limité à la protection en Suisse de l'enregistrement international n° 1'290'822 portant sur le signe "BVLGARI" dans la mesure où il est destiné aux produits (classe 9) et aux services (classes 35, 38 et 42) mentionnés au ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 3 (cf. consid. A.c.b.c et 8.3).

1.2

1.2.1 Le Tribunal administratif fédéral est compétent pour statuer sur les présents recours B-151/2018, B-182/2018 et B-183/2018 (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]).

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

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.

1.3 Les recours B-151/2018, B-182/2018 et B-183/2018 sont ainsi recevables.

2.

2.1 Les demandes d'enregistrement de marque suisse n° 52787/2015 "BVLGARI VAULT" (B-151/2018) et n° 55832/2017 "BVLGARI" (B-182/2018) sont soumises à 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).

2.2 Reste à déterminer ici le régime juridique applicable à l'enregistrement international n° 1'290'822 "BVLGARI" (B-183/2018).

2.2.1 A l'instar de la Suisse, l'Union européenne (devant qui la demande de base a été déposée [cf. consid. A.c.a] ; cf. arrêts du TAF B-649/2018 du 9 décembre 2019 consid. 2.1 "[Küchenmaschine] [fig.]", B-187/2018 du 22 juillet 2019 consid. 3.1 "Deluxe [fig.]", B-550/2012 du 13 juin 2013 consid. 2.1 "KALMAR" et B-7256/2010 du 12 juillet 2011 consid. 2 "GERRESHEIMER") est partie au Protocole du 27 juin 1989 relatif à l'Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques (RS 0.232.112.4 ; ci-après : PAM). A la différence de la Suisse, l'Union européenne n'est en revanche partie ni à l'Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques révisé à Stockholm le 14 juillet 1967 (RS 0.232.112.3 ; ci-après : AM) (contrairement à ce qu'affirme l'autorité inférieure [décision attaquée 3, p. 2-3]) ni à la Convention de Paris du 20 mars 1883 pour la protection de la propriété industrielle, révisée à Stockholm le 14 juillet 1967 (RS 0.232.04 ; ci-après : CUP).

2.2.2

2.2.2.1 Vu que, contrairement à la Suisse, l'Union européenne n'est pas partie à la fois à l'AM et au PAM, la déclaration faite par la Suisse selon l'art. 5 ch. 2 let. b PAM déploie ses effets dans les relations entre les deux parties au PAM (cf. art. 9^{sexies} ch. 1 let. a et b PAM). Une notification de refus doit dès lors intervenir avant l'expiration d'un délai de 18 mois à compter de la date à laquelle la notification de l'extension a été envoyée, par le Bureau international de l'OMPI, à la partie concernée (cf. art. 5 ch. 2 let. a et b PAM ; arrêts du TAF B-5071/2017 du 2 septembre 2019 consid. 3.2.1.1 "FILMARRAY" et B-5789/2016 du 15 novembre 2018 consid. 3.1 "INSMED" ; FRANÇOIS CURCHOD, in : de Werra/Gilliéron [éd.], Propriété intellectuelle, Commentaire romand, 2013 [ci-après : CR PI], art. 46 LPM n° 6).

En l'espèce, l'extension de l'enregistrement international n° 1'290'822 "BVLGARI" est notifiée à l'autorité inférieure le 3 mars 2016 (cf. consid. A.c.a). Par sa notification de refus provisoire total (sur motifs absolus) du 21 février 2017 (cf. consid. A.c.b.a), l'autorité inférieure respecte donc le délai de 18 mois.

2.2.2.2 Il convient enfin de relever que le motif de refus prévu par l'art. 6^{quinquies} let. B ch. 3 CUP (en lien avec l'art. 5 ch. 1 PAM) – invoqué par l'autorité inférieure (cf. consid. A.c.b.a) – correspond au motif absolu d'exclusion prévu par l'art. 2 let. c LPM (ATF 128 III 454 consid. 2 "YUKON" ; arrêt du TF 4A_508/2008 du 10 mars 2009 consid. 3 "AFRI-COLA"), de sorte que la doctrine et la jurisprudence relatives à cette dernière disposition sont applicables (arrêts du TAF B-319/2018 du 13 février 2019 consid. 3.3 "GÖTEBORGS RAPÉ" et B-1428/2016 du 30 août 2017 consid. 2.3 "DEUTSCHER FUSSBALL-BUND [fig.]").

3.

3.1

3.1.1 Par indication de provenance, on entend toute référence directe ou indirecte à la provenance géographique des produits ou des services, y compris la référence à des propriétés ou à la qualité, en rapport avec la provenance (art. 47 al. 1 LPM).

3.1.2 Selon la règle d'expérience appliquée par la jurisprudence, la mention d'un nom géographique en lien avec un produit ou un service est habituellement comprise par le consommateur comme une indication de provenance au sens de l'art. 47 al. 1 LPM (ATF 135 III 416 consid. 2.2 "CALVI [fig.]" ; arrêt du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 4.3 "INDIAN MOTORCYCLE" ; arrêt du TAF B-3234/2017 du 2 septembre 2019 consid. 4.4 "Weissenstein").

3.1.2.1 Etant donné qu'elle repose sur la mention d'un *nom géographique*, la règle d'expérience suppose l'existence d'un élément doté – potentiellement ou théoriquement, du moins – d'une signification géographique (cf. arrêt du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 5.2 *in limine* "INDIAN MOTORCYCLE"). A défaut, la règle d'expérience ne saurait entrer en ligne de compte.

3.1.2.2 Tout nom géographique entraîne l'application de la règle d'expérience. Peu importe notamment la réputation dont il jouit en lien avec les produits et/ou les services revendiqués (cf. ATF 135 III 416 consid. 2.5 "CALVI [fig.]", ATF 132 III 770 consid. 3.1 "COLORADO [fig.]" ; arrêt du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 4.2 *in fine* et 5.1 *in fine* "INDIAN MOTORCYCLE" ; ATAF 2015/49 consid. 4.3 "LUXOR" ; arrêt du TAF B-1428/2016 du 30 août 2017 consid. 6.2 "DEUTSCHER FUSSBALL-BUND [fig.]" ; PHILIPPE GILLIÉRON, in : CR PI, art. 47 LPM n° 15).

3.1.2.3 La mutilation ou la modification d'un nom géographique ne lui enlève en principe pas son caractère de nom géographique (cf. ATF 117 II 327 consid. 1a [*"unschwer erkennbare geographische Angabe"*] "MONT-PARNASSE" ; arrêts du TF 4A_508/2008 du 10 mars 2009 consid. 4.2 *in limine* "AFRI-COLA" et 4A.14/2006 du 7 décembre 2006 consid. 4.2 "Champ" ; arrêts du TAF B-2925/2014 du 10 novembre 2015 consid. 3.4 "Cortina [fig.]" et B-5451/2013 du 4 juin 2014 consid. 4.3 et 4.5 "FIRENZA" ; cf. également : arrêt du TAF B-120/2019 du 31 juillet 2019 consid. 3.2 "OLD SKOOL").

3.2

3.2.1 Vu l'art. 47 al. 2 LPM, les noms ou signes géographiques qui ne sont pas considérés par les milieux intéressés – c'est-à-dire les clients potentiels (cf. ATF 135 III 416 consid. 2.6 "CALVI [fig.]") – comme une référence à la provenance des produits ou services ne sont pas des indications de provenance au sens de l'art. 47 al. 1 LPM.

3.2.2

3.2.2.1 Dans la mise en œuvre de l'art. 47 al. 2 LPM, la jurisprudence identifie six cas dans lesquels un nom géographique n'est pas compris comme une indication de provenance (ATF 135 III 416 consid. 2.6-2.6.6 "CALVI [fig.]", ATF 128 III 454 consid. 2.1-2.1.6 "YUKON" ; arrêts du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 4.4 "INDIAN MOTORCYCLE" et 4A_434/2009 du 30 novembre 2009 consid. 3.1 "RADIO SUISSE ROMANDE").

Ces six cas, qui constituent des exceptions à la règle d'expérience (cf. consid. 3.1.2) appliquée par la jurisprudence (arrêt du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 4.4 et 4.6 "INDIAN MOTORCYCLE"), sont les suivants :

- le nom géographique est inconnu des clients potentiels, qui ne peuvent donc faire aucun lien avec l'endroit désigné ;
- le nom géographique revêt un pur caractère symbolique ou fantaisiste, de sorte que les clients potentiels ne peuvent pas imaginer que le produit provienne de ce lieu (p. ex. : "Galapagos" pour des appareils de télévision ou "Pôle Sud" pour des armoires frigorifiques) ;

- le nom géographique désigne un lieu inhabité ou en tout cas impropre à la production en cause, de sorte que personne ne pourrait concevoir qu'il s'agisse du lieu de provenance (p. ex. : Sahara) ;
- le nom géographique est utilisé pour distinguer les modèles d'une même marque (p. ex. : téléphone Ascona) ;
- le nom géographique s'est imposé dans l'esprit du public comme le nom d'une entreprise déterminée ;
- le nom géographique est entré dans le langage courant pour désigner une chose de genre sans que l'on ne songe plus à une indication de provenance (p. ex. : eau de Cologne).

3.2.2.2 Ce catalogue de six cas n'est pas exhaustif (ATF 128 III 454 consid. 2.1 *in fine* "YUKON" ; arrêt du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 4.4 "INDIAN MOTORCYCLE").

Par exemple, un nom géographique ne constitue pas non plus une indication de provenance lorsqu'il est accompagné d'éléments verbaux ou figuratifs qui excluent qu'il puisse être compris comme une référence à la provenance des produits ou des services (cf. arrêt du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 4.5.2 "INDIAN MOTORCYCLE" ; FRAEFEL/MEIER, in : CR PI, art. 2 LPM n° 139).

4.

4.1 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 LPM).

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).

4.2 Consacré aux motifs absolus d'exclusion, l'art. 2 LPM exclut de la protection à titre de marque en particulier les signes appartenant au domaine public (art. 2 let. a LPM [consid. 5]), les signes propres à induire en erreur (art. 2 let. c LPM [consid. 6]) et les signes contraires à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou au droit en vigueur (art. 2 let. d LPM [consid. 7]).

5.

L'art. 2 let. a LPM exclut de la protection à titre de marque les signes

appartenant au domaine public (consid. 5.1), sauf s'ils se sont imposés comme marques pour les produits ou les services concernés (consid. 5.2).

5.1 Les signes appartenant au domaine public (art. 2 let. a *in limine* LPM)

5.1.1

5.1.1.1 Appartiennent au domaine public au sens de l'art. 2 let. a *in limine* 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.]" ; arrêt du TF 4A_6/2013 du 16 avril 2013 consid. 2.2 "WILSON").

5.1.1.2 Vu l'art. 47 al. 2 LPM, un nom géographique qui n'est pas considéré comme une référence à la provenance des produits ou services revendiqués n'est pas une indication de provenance au sens de l'art. 47 al. 1 LPM (cf. consid. 3.2.1-3.2.2.2). Il n'appartient dès lors pas au domaine public (cf. ATF 128 III 454 consid. 2.1 "YUKON").

5.1.2 Les signes appartenant au domaine public présentent un défaut de force distinctive et/ou sont soumis à un besoin de libre disposition (ATF 145 III 178 consid. 2.3.1 "APPLE" ; arrêt du TAF B-1394/2016 du 12 décembre 2018 consid. 5.1.1-5.1.2 "LOCKIT").

5.1.2.1 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 (ATF 139 III 176 consid. 2 *in fine* "YOU" ; arrêt du TF 4A_6/2013 du 16 avril 2013 consid. 3.2.3 "WILSON" ; arrêt du TAF B-107/2018 du 25 octobre 2019 consid. 3.1.1.1-3.1.1.3 "ALOFT").

5.1.2.2 Le besoin de libre disposition dépend quant à lui des besoins des concurrents sur le marché des produits et/ou des services concernés (arrêt du TF 4A_6/2013 du 16 avril 2013 consid. 2.4 "WILSON" ; arrêt du TAF B-107/2018 du 25 octobre 2019 consid. 3.2.1 "ALOFT").

Sont frappés d'un besoin de libre disposition les signes qui, dans le commerce, sont essentiels (besoin de libre disposition relatif), voire indispensables (besoin de libre disposition absolu), 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" ; arrêt du TAF B-2792/2017 du 20 juin 2019 consid. 2.2 "IGP").

5.2 L'imposition d'un signe comme marque (art. 2 let. a *in fine* LPM)

5.2.1 Vu l'art. 2 let. a *in fine* LPM, un signe en soi dépourvu de force distinctive peut néanmoins s'imposer dans le commerce à titre de marque (*Verkehrsdurchsetzung*) lorsque, dans toute la Suisse, une part importante des destinataires des produits ou des services concernés le perçoit comme une référence à une entreprise déterminée, sans qu'il ne soit nécessaire que celle-ci soit connue nommément (ATF 140 III 109 consid. 5.3.2 "ePostSelect [fig.]", ATF 131 III 121 consid. 6 "smarties [3D]/M&M's [3D]", ATF 128 III 441 consid. 1.2 et 1.4 "Appenzeller" ; arrêt du TF 4A_434/2009 du 30 novembre 2009 consid. 3.1 "RADIO SUISSE ROMANDE" ; arrêt du TAF B-5614/2008 du 3 décembre 2010 consid. 2 "Freischwinger Panton [3D] III").

5.2.2 Encore faut-il que le signe ne soit pas soumis, dans le cas particulier, à un besoin de libre disposition absolu (cf. consid. 5.1.2.2 *in fine*), lequel empêche alors l'enregistrement comme marque imposée (arrêt du TF 4A_434/2009 du 30 novembre 2009 consid. 3.1 "RADIO SUISSE ROMANDE" ; arrêt du TAF B-120/2019 du 31 juillet 2019 consid. 4.1 "OLD SKOOL" ; ADRIAN P. WYSS, *Die Verkehrsdurchsetzung im schweizerischen Markenrecht*, 2013, p. 137-138).

6.

Quant à lui, l'art. 2 let. c LPM exclut de la protection à titre de marque les signes propres à induire en erreur (cf. arrêt du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 4.2 "INDIAN MOTORCYCLE").

6.1

6.1.1

6.1.1.1 Un signe est propre à induire en erreur notamment lorsqu'il contient une indication de provenance ou consiste exclusivement en une telle indication, qui amène les intéressés à croire que les produits ou les services commercialisés en relation avec ce signe proviennent du pays ou du lieu en cause, alors que tel n'est en réalité pas le cas (ATF 135 III 416 consid. 2.1 "CALVI [fig.]", ATF 128 III 454 consid. 2.2 "YUKON").

6.1.1.2 Est en effet notamment interdit l'usage d'indications de provenance (art. 47 al. 1 LPM ; cf. consid. 3.1.1) inexactes (art. 47 al. 3 let. a LPM ; cf. arrêts du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 4.2 "INDIAN

MOTORCYCLE" et 4A.14/2006 du 7 décembre 2006 consid. 3.3.1 "Champ").

6.1.2

6.1.2.1 Vu la règle d'expérience, un signe qui contient un nom géographique ou se compose exclusivement d'un nom géographique incite habituellement à penser que le produit ou le service en relation avec lequel il est utilisé vient du lieu en question (cf. consid. 3.1.2).

6.1.2.2 Un signe n'est toutefois pas propre à induire en erreur lorsque le nom géographique qu'il contient possède manifestement un caractère fantaisiste ou lorsque, pour d'autres motifs au sens de l'art. 47 al. 2 LPM (cf. consid. 3.2.1-3.2.2.2), il n'est pas considéré comme une référence à la provenance des produits ou des services en cause (ATF 128 III 454 consid. 2.2 "YUKON").

Le caractère trompeur d'un nom géographique ne s'examine pas de manière générale, mais dépend des circonstances propres au cas particulier (cf. consid. 12.2.2.1 *in fine*).

6.1.3 Le caractère trompeur d'un nom géographique peut être écarté par la limitation de la liste des produits et/ou des services revendiqués aux seuls produits et/ou services provenant du lieu (en principe élargi au pays) désigné par ce nom géographique (ATF 132 III 770 consid. 3.2 et 4 "COLORADO [fig.]", ATF 117 II 327 consid. 2a "MONT-PARNASSE"; arrêt du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 4.2 "INDIAN MOTORCYCLE"; FRAEFEL/MEIER, in : CR PI, art. 2 LPM n^{os} 141-142; GILLIÉRON, in : CR PI, art. 47 LPM n^o 29).

6.2 D'une manière générale, un signe est exclu de la protection dès qu'il existe un risque de tromperie pour les clients potentiels, de sorte qu'il n'est pas nécessaire d'établir que des consommateurs se sont effectivement trompés (ATF 135 III 416 consid. 2.5 "CALVI [fig.]").

7.

7.1 Enfin, l'art. 2 let. d LPM exclut de la protection à titre de marque les signes contraires à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou au droit en vigueur.

7.2 Au sens de cette disposition, le droit en vigueur englobe tant le droit fédéral que les conventions internationales (arrêt du TF 4A_674/2010 du

6 avril 2011 consid. 2 "Zacapa"; arrêts du TAF B-2768/2013 du 2 septembre 2014 consid. 2.1 "SC STUDIO COLETTI [fig.]" et B-3304/2012 du 14 mai 2013 consid. 2 "[fig.]").

8.

8.1 La procédure de recours B-151/2018 ne concerne que les produits (classe 9) et les services (classes 38 et 42) mentionnés au ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 1 (cf. consid. A.a.g et 1.1.1.2).

8.2 La procédure de recours B-182/2018 concerne quant à elle l'ensemble des services revendiqués en classes 36 et 43 (cf. consid. A.b.c.b et 1.1.2.2).

8.3 Enfin, la procédure de recours B-183/2018 ne concerne que les produits (classe 9) et les services (classes 35, 38 et 42) mentionnés au ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 3 (cf. consid. A.c.b.c et 1.1.3.2).

9.

En vue de l'examen des signes en cause, sous l'angle tant de l'art. 2 let. a LPM que de l'art. 2 let. c LPM (cf. arrêt du TF 4A_508/2008 du 10 mars 2009 consid. 3.3 "AFRI-COLA"; ATAF 2015/49 consid. 4-4.1 "LUXOR"; arrêts du TAF B-2150/2019 du 8 octobre 2019 consid. 4 "esmara see you IN PARIS [fig.]" et B-5120/2013 du 3 juin 2015 consid. 5.1.1-5.1.2 "INDIAN MOTORCYCLE ; Indian [fig.]"), il convient, dans un premier temps, sur la base des produits et des services concernés (cf. consid. 8.1-8.3), de définir les consommateurs déterminants et le degré d'attention dont ils font preuve.

9.1 Certains des produits et des services revendiqués en l'espèce sont manifestement destinés avant tout aux spécialistes des branches de l'électronique (classe 9 [cf. consid. 8.1 et 8.3]), de la gestion des affaires commerciales et de la publicité (classe 35 [cf. consid. 8.3]), de l'immobilier et de la finance (classe 36 [cf. consid. 8.2]), de la télécommunication (classe 38 [cf. consid. 8.1 et 8.3]), de l'ingénierie et de l'informatique (classe 42 [cf. consid. 8.1 et 8.3]) ou de la restauration et de l'hôtellerie (classe 43 [cf. consid. 8.2]).

Les autres produits et services en cause s'adressent tant aux spécialistes de ces branches qu'au grand public.

9.2

9.2.1 Si les produits et les services en cause lui sont destinés, le grand public fait au moins preuve d'un degré d'attention moyen à leur égard. Il faut par ailleurs compter sur un degré d'attention accru de la part des spécialistes (cf. arrêts du TAF B-3248/2019 du 19 novembre 2019 consid. 3 [classes 9 et 42] "iTravel/itravel - for that moment", B-107/2018 du 25 octobre 2019 consid. 5 [classe 43] "ALOFT", B-2208/2016 du 11 décembre 2018 consid. 4.3 [classes 9 et 42] "SKY/SKYFIVE", B-5228/2014 du 15 décembre 2016 consid. 4.1 [classe 35] "RENO", B-2630/2012 du 4 juillet 2013 consid. 4.2.2 [classe 35] "LA CASA DEL HABANO/CLUB PASSION HABANOS", B-3556/2012 du 30 janvier 2013 consid. 5 [classes 9, 35 et 42] "TCS/TCS", B-1494/2011 du 2 mai 2012 consid. 3.1 [classe 36] "HERITAGE BANK & TRUST [fig.] et BANQUE HERITAGE [fig.]/MARCUIARD HERITAGE [fig.]", B-8028/2010 du 2 mai 2012 consid. 4.1.1-4.2.2 [classes 9, 35 et 38] "VIEW/SWISSVIEW [fig.]", B-7367/2010 du 9 décembre 2011 consid. 5 [classe 36] "HOFER/HÖFER FAMILY-OFFICE [fig.]" et B-2125/2008 du 15 mai 2009 consid. 3 [classes 9, 36 et 38] "TOTAL TRADER").

9.2.2 Il n'est pas nécessaire de déterminer en l'espèce si certains des produits et des services revendiqués s'adressent exclusivement à des spécialistes (cf. consid. 18.1.1.3)

10.

L'élément "BVLGARI" correspond au signe qui fait l'objet des procédures de recours B-182/2018 et B-183/2018. Il constitue par ailleurs l'une des deux parties du signe qui fait l'objet de la procédure de recours B-151/2018.

10.1

10.1.1 L'élément "BVLGARI" est formé d'un ensemble de sept lettres majuscules.

10.1.2 En tant que tel, il ne correspond pas à un mot existant, que ce soit 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 09.01.2020 ; DUDEN, <<https://www.duden.de/woerterbuch>> [ci-après : DUDEN], consulté le 09.01.2020 ; Lo Zingarelli, Vocabolario della lingua italiana, di Nicola Zingarelli, 12^e éd. 2004 [ci-

après : Lo Zingarelli] ou en anglais (cf. LEXICO, <<https://www.lexico.com>> [ci-après : LEXICO], consulté le 09.01.2020).

10.1.3

10.1.3.1 Le nom français "Bulgarie" désigne un pays de l'Europe du Sud-Est (Le Petit Robert des noms propres, Dictionnaire illustré, 3^e éd. 2011). Par ailleurs, le nom italien "*bulgari*" se réfère aux habitants de la Bulgarie ("Bulgares" en français) ; quant à l'adjectif italien "*bulgari*", il correspond à l'adjectif français masculin pluriel "bulgares" (Lo Zingarelli ; Le Robert & Signorelli, Dictionnaire français-italien / italien-français, 2003 ; Le Petit Robert, consulté le 09.01.2020 ; annexe 3 jointe à la décision attaquée 1). Il convient enfin de mentionner ici l'existence, notamment, des noms allemands "*Bulgarien*" et "*Bulgare*" (DUDEN, consulté le 09.01.2020) et des noms anglais "*Bulgaria*" et "*Bulgar*" (LEXICO, consulté le 09.01.2020).

10.1.3.2 La suite de lettres "LGARI" ne saurait ainsi être considérée comme inattendue en Suisse.

10.1.4

10.1.4.1 La suite de consonnes "BVLG" présente en revanche un caractère inédit, en particulier en raison du fait qu'elle est difficilement prononçable.

10.1.4.2 Or, vu la grande proximité entre la forme des lettres "V" et "U" et l'existence, dans les principales langues pratiquées en Suisse, de divers termes courants contenant la suite de lettres "BULGARI" et se référant à l'Etat de Bulgarie (cf. consid. 10.1.3.1), l'élément "BVLGARI" est susceptible d'être mis en relation tant avec la suite de lettres "BULGARI" qu'avec l'Etat de Bulgarie (cf. consid. 3.1.2.3).

10.1.4.3 Sur les plans visuel et sonore, l'élément "BVLGARI" présente en effet de grandes similitudes avec la suite de lettres "BULGARI" (cf. décision attaquée 1, p. 3 [ch. 4] et 4 [ch. 8] ; réponse, p. 2-3 [ch. 4]). Un tel constat s'impose d'ailleurs indépendamment du fait que, comme le relèvent tant l'autorité inférieure (cf. décision attaquée 1, p. 3 [ch. 4]) que la recourante (cf. recours B-151/2018, p. 12-13 [ch. xi et xii]), la lettre "U" n'existait pas en latin et la lettre "V" en tenait lieu (cf. <<http://fr.wikipedia.org/wiki/Bulgari>>, consulté le 20.05.2015 [annexe I.2 jointe à la réponse de la recourante devant l'autorité inférieure du 18 août 2016 (annexe 14 du dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure)] ; cf. également : <[https://fr.wikipedia.org/wiki/U_\(lettre\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/U_(lettre))>, consulté le 20.01.2020).

10.1.5 Vu qu'il est susceptible de se référer à l'Etat de Bulgarie, l'élément "BVLGARI" est potentiellement doté d'une signification géographique. Il doit dès lors être considéré comme un nom géographique (cf. consid. 3.1.2.1).

10.2

10.2.1 Selon la règle d'expérience, un nom géographique utilisé en lien avec des produits et/ou des services est en principe compris comme une indication de provenance de ces produits et/ou ces services (cf. consid. 3.1.2).

10.2.2

10.2.2.1 Il convient dès lors d'examiner en l'espèce si – à titre d'exception à la règle d'expérience (cf. consid. 3.2.1-3.2.2.2) – l'élément "BVLGARI" figurant dans les signes en cause n'est pas compris comme une indication de provenance (cf. ATAF 2015/49 consid. 4.2 *in fine* "LUXOR").

10.2.2.2 Doivent ainsi être distinguées, d'une part, la question de savoir si, abstraitement, en vue de l'application de la règle d'expérience, l'élément "BVLGARI" est potentiellement doté d'une signification géographique (cf. consid. 10.1.5) et, d'autre part, la question de savoir si, concrètement, au sens de l'art. 47 al. 2 LPM, l'élément "BVLGARI" n'est pas considéré par les milieux intéressés comme une référence à la provenance des produits ou services en cause (cf. consid. 10.2.2.1).

11.

11.1 La recourante soutient que l'élément "BVLGARI" figurant dans les signes en cause s'est imposé comme le nom de son entreprise et que l'art. 2 let. c LPM n'empêche dès lors pas la protection de ces signes à titre de marques (cf. notamment : recours B-151/2018, p. 9).

11.2

11.2.1 Le cas du "nom géographique [qui] s'est imposé dans l'esprit du public comme le nom d'une entreprise déterminée" (cf. ATF 135 III 416 consid. 2.6.4 "CALVI [fig.]") constitue l'une des six exceptions à la règle d'expérience identifiées par la jurisprudence dans la mise en œuvre de l'art. 47 al. 2 LPM (cf. consid. 3.2.2.1). Ce cas est reconnu depuis longtemps par la jurisprudence (ATF 135 III 416 consid. 2.6.4 "CALVI [fig.]", ATF 132 III 770 consid. 2.1 "COLORADO [fig.]", ATF 128 III 454

consid. 2.1.5 "YUKON", ATF 117 II 321 consid. 3-4 "Valser", ATF 92 II 270 consid. 2 "Sihl II", ATF 82 II 346 consid. 3a "Weissenburger", ATF 77 II 321 consid. 1a-1b "Sihl I", ATF 59 II 207 consid. 1 "Tavannes", ATF 55 I 262 consid. 4 "Tunbridge Wells" ; arrêts du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 4.4 [ch. 4] "INDIAN MOTORCYCLE" et 4A_434/2009 du 30 novembre 2009 consid. 3.1 "RADIO SUISSE ROMANDE").

11.2.2

11.2.2.1 Dans un tel cas, le nom géographique est souvent présenté comme un signe qui s'est imposé comme marque au sens de l'art. 2 let. a *in fine* LPM (cf. ATAF 2015/49 consid. 7.2-7.3 "LUXOR" ; arrêts du TAF B-2150/2019 du 8 octobre 2019 consid. 7.1 "esmara see you IN PARIS [fig.]" et B-2217/2014 du 3 novembre 2016 consid. 5.3.2 "BOND ST. 22 LONDON [fig.]").

11.2.2.2 Or, vu notamment que le catalogue de six cas établi par la jurisprudence n'est pas exhaustif (cf. consid. 3.2.2.2), rien n'impose que, pour constituer un cas d'application de l'art. 47 al. 2 LPM, un nom géographique se soit imposé comme marque au sens de l'art. 2 let. a *in fine* LPM.

La jurisprudence traite d'ailleurs dans la catégorie du "nom géographique [qui] s'est imposé dans l'esprit du public comme le nom d'une entreprise déterminée" le cas du nom d'une organisation sportive ou d'un événement sportif ou culturel qui contient un nom géographique : "En relation avec des produits, le nom d'organisations sportives (par exemple : "SWISS HOCKEY PRO ABC") ou le renvoi à un événement sportif ou culturel (par exemple : "GENEVE HANDBALL 2016" [fig.]) ne sont en général pas considérés comme des indications de provenance, mais, dans l'esprit du public, ils sont en principe associés à une entreprise [...]" (arrêt du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 4.4 [ch. 4] "INDIAN MOTORCYCLE" ; cf. arrêt du TAF B-1428/2016 du 30 août 2017 consid. 3.4 *in fine* "DEUTSCHER FUSSBALL-BUND [fig.]").

11.2.2.3 Constitue dès lors un cas d'application de l'art. 47 al. 2 LPM tant le nom géographique qui s'est imposé comme marque au sens de l'art. 2 let. a *in fine* LPM que le nom géographique qui, de toute autre manière, "s'est imposé dans l'esprit du public comme le nom d'une entreprise déterminée". Seul est en effet pertinent le fait que, au sens de l'art. 47 al. 2 LPM, un nom géographique ne soit pas considéré par les milieux

intéressés comme une référence à la provenance des produits ou services (cf. consid. 3.2.1).

12.

12.1

12.1.1 Lorsque, dans le cadre de l'art. 2 *let. a* LPM, il s'agit de déterminer si un signe soumis à un besoin de libre disposition en raison de la présence d'un nom géographique appartient au domaine public, les intérêts du déposant sont privilégiés par rapport aux intérêts de ses concurrents potentiels si ce signe s'est imposé comme marque (cf. ATAF 2015/49 consid. 7.2 "LUXOR").

12.1.2

12.1.2.1 En revanche, lorsque, dans le cadre de l'art. 2 *let. c* LPM, il s'agit de déterminer si un signe est propre à induire en erreur, il ne suffit pas que ce signe se soit imposé comme marque pour qu'il puisse être protégé (cf. ATAF 2015/49 consid. 7.2 "LUXOR" ; arrêt du TAF B-2150/2019 du 8 octobre 2019 consid. 7.1 "esmara see you IN PARIS [fig.]"). En effet, l'imposition d'un signe comme marque n'exclut pas que ce signe reste perçu comme une indication de provenance et induise en erreur en ce qui concerne la provenance géographique au sens de l'art. 2 *let. c* LPM (cf. ATAF 2015/49 consid. 7.2 "LUXOR" ; arrêt du TAF B-6363/2014 du 8 juillet 2016 consid. 9 "Meissen" ; FRANZISKA GLOOR GUGGISBERG, Die Beurteilung der Gefahr der Irreführung über die geografische Herkunft auf der Grundlage eines Erfahrungssatzes, in : sic! 2011, p. 4, p. 17).

12.1.2.2 Ce n'est dès lors qu'à titre exceptionnel qu'un nom géographique qui s'est imposé comme marque n'est pas exclu de la protection au sens de l'art. 2 *let. c* LPM. Pour pouvoir être protégé à titre de marque, ce nom géographique doit en effet avoir acquis un *secondary meaning*, c'est-à-dire une seconde signification propre qui est à ce point prédominante qu'un risque de tromperie quant à la provenance géographique peut pratiquement être exclu (ATF 125 III 193 consid. 1e "Budweiser" ; ATAF 2015/49 consid. 7.1 "LUXOR" ; arrêt du TAF B-319/2018 du 13 février 2019 consid. 6.4.4 *in fine* "GÖTEBORGS RAPÉ" ; STÄDELI/BRAUCHBAR BIRKHÄUSER, in : David/Frick [éd.], Markenschutzgesetz, Wappenschutzgesetz, Basler Kommentar, 3^e éd. 2017 [ci-après : BaK 2017], art. 2 LPM n^{os} 204 *in fine*, 288 et 315 ; ALEXANDER PFISTER, in : BaK 2017, art. 47 LPM n^o 27 ; WYSS, op. cit., p. 61-63).

Afin de déterminer si un signe est doté d'un *secondary meaning*, il se justifie d'appliquer les exigences en matière d'imposition d'un signe comme marque au sens de l'art. 2 let. a *in fine* LPM (cf. consid. 5.2.1) avec une rigueur particulière (ATAF 2015/49 consid. 7.2 et 7.3 "LUXOR" ; arrêts du TAF B-2150/2019 du 8 octobre 2019 consid. 7.1 "esmara see you IN PARIS [fig.]" et B-2217/2014 du 3 novembre 2016 consid. 5.3.2 "BOND ST. 22 LONDON [fig.]" ; PFISTER, in : BaK 2017, art. 47 LPM n° 27 ; KAISER/RÜETSCHI, in : Noth/Bühler/Thouvenin [éd.], Markenschutzgesetz [MSchG], 2^e éd. 2017, Beweisrecht n° 91).

12.2

12.2.1 La recourante ne saurait dès lors être suivie lorsque, se référant à la structure de l'ATF 128 III 454 "YUKON", elle considère que les six exceptions identifiées par le Tribunal fédéral s'appliquent de la même manière dans le cadre de l'art. 2 let. a LPM que dans le cadre de l'art. 2 let. c LPM (recours B-151/2018, p. 4 et 23).

12.2.2

12.2.2.1 Dans l'ATF 128 III 454 "YUKON", après avoir indiqué qu'une indication de provenance au sens de l'art. 47 al. 1 LPM appartient au domaine public au sens de l'art. 2 let. a LPM (consid. 2.1) et avoir décrit les six cas dans lesquels, au sens de l'art. 47 al. 2 LPM, un nom géographique n'est pas compris comme une indication de provenance (consid. 2.1.1-2.1.6), le Tribunal fédéral indique certes, en renvoyant notamment à ces six cas ("*vgl. dazu namentlich die vorstehenden Erwägungen 2.1.1-2.1.6*"), que, dans de telles configurations, un signe n'est pas propre à induire en erreur au sens de l'art. 2 let. c LPM (consid. 2.2).

Il n'en demeure pas moins que le Tribunal fédéral poursuit en ajoutant immédiatement que le caractère trompeur d'un nom géographique ne s'examine pas de manière générale, mais dépend des circonstances propres au cas particulier (ATF 128 III 454 consid. 2.2 "YUKON" ; cf. ATF 135 III 416 consid. 2.6 "CALVI [fig.]"). Selon le Tribunal fédéral, il convient en effet de prendre en considération en particulier la notoriété du mot en tant que référence géographique et en tant que marque, les rapports effectifs ou évidents entre cette référence et la gamme de produits revendiquée, ainsi que l'agencement de la marque et des indications supplémentaires, qui sont susceptibles d'accroître ou d'écarter le risque de tromperie (ATF 128 III 454 consid. 2.2 "YUKON" ; cf. ATF 132 III 770

consid. 2.1 "COLORADO [fig.]" ; arrêts du TF 4A_357/2015 du 4 décembre 2015 consid. 4.5-4.5.2 "INDIAN MOTORCYCLE" et 4A.14/2006 du 7 décembre 2006 consid. 4.1 "Champ" ; FRAEFEL/MEIER, in : CR PI, art. 2 LPM n° 127).

12.2.2.2 Or, c'est précisément ce que font, depuis longtemps, la jurisprudence et la doctrine en exigeant qu'un nom géographique acquière un *secondary meaning* (cf. consid. 12.1.2.2). Le simple fait qu'un nom géographique se soit imposé comme marque au sens de l'art. 2 let. a *in fine* LPM ne suffit en effet pas nécessairement pour écarter un risque de tromperie (cf. consid. 12.1.2.1). Encore faut-il qu'il confine à la certitude que ce nom géographique ne reste par ailleurs pas perçu comme une indication de provenance.

12.3

12.3.1

12.3.1.1 L'autorité inférieure se base en particulier sur l'ATF 125 III 193 "Budweiser" pour justifier les exigences très élevées en matière de *secondary meaning* (décision attaquée 1, p. 4-5 [ch. 12]).

12.3.1.2 Relevant que le Tribunal fédéral cite l'ATF 125 III 193 "Budweiser" dans l'ATF 128 III 454 "YUKON", justement en lien avec le cas du nom géographique qui s'est imposé dans l'esprit du public comme le nom d'une entreprise déterminée, la recourante affirme qu'il est absurde que l'ATF 125 III 193 "Budweiser" puisse jouer un rôle restrictif dans l'application des six cas identifiés par l'ATF 128 III 454 "YUKON" (recours B-151/2018, p. 4).

12.3.2 Il s'avère que c'est un passage de l'ATF 125 III 193 "Budweiser" qui traite, de manière générale, l'imposition d'un signe comme marque (ATF 125 III 193 consid. 1c [p. 202] "Budweiser") que le Tribunal fédéral cite dans l'ATF 128 III 454 "YUKON", en lien avec le cas du nom géographique qui s'est imposé dans l'esprit du public comme le nom d'une entreprise déterminée (ATF 128 III 454 consid. 2.1.5 "YUKON"). Or, plus loin, ce même ATF 125 III 193 "Budweiser" se prononce expressément sur le rapport entre l'imposition d'un signe comme marque et le caractère trompeur de ce signe : "*Irreführende Zeichen verlieren ihren täuschenden Charakter nur, wenn sie aufgrund einer eindeutigen Durchsetzung im schweizerischen Verkehr ausnahmsweise eine eigenständige Bedeutung erlangt haben, die aus der Sicht der Konsumenten im Laufe der Zeit derart*

in den Vordergrund getreten ist, dass Täuschungen praktisch ausgeschlossen werden können [...]" (ATF 125 III 193 consid. 1e "Budweiser").

Contrairement à ce que soutient la recourante, un tel niveau d'exigence s'insère parfaitement dans la structure de l'ATF 128 III 454 "YUKON", qui prévoit que le caractère trompeur d'un nom géographique dépend des circonstances propres au cas particulier (cf. consid. 12.2.2.1).

12.4 Dans le cadre de l'art. 2 let. c LPM, il se justifie dès lors d'exclure de la protection à titre de marque un nom géographique qui n'est pas doté d'une seconde signification propre clairement prédominante (*secondary meaning*).

13.

13.1 Que ce soit devant l'autorité inférieure (cf. recours B-151/2018, p. 9-18), puis devant le Tribunal administratif fédéral (cf. recours B-151/2018, p. 18-22), la recourante présente "de nombreux indices justifiant de considérer que le signe BVLGARI [s'est] imposé comme le nom de son entreprise" (recours B-151/2018, p. 9).

13.2 Il s'agit dès lors de déterminer (cf. consid. 14-18) si ces indices permettent de retenir que, en raison d'un *secondary meaning* (cf. consid. 12.1.2.2) en lien avec les produits et les services en cause (cf. consid. 8.1-8.3), l'élément "BVLGARI" n'est pas propre à induire en erreur au sens de l'art. 2 let. c LPM (cf. consid. 12.4). Le caractère trompeur d'un nom géographique ne s'examine en effet pas de manière générale, mais dépend des circonstances du cas particulier (cf. consid. 12.2.2.1 ; recours B-151/2018, p. 9 ; réplique, p. 9 et 11 *in fine*).

14.

14.1

14.1.1

14.1.1.1 La recourante peut tout d'abord s'appuyer sur son histoire plus que centenaire. Ses origines remontent en effet à 1884, année durant laquelle Sotirio Bulgari (Σωτηρις Βουλγαρης [Sotirios Boulgaris]), son fondateur venu de Grèce, ouvre un premier magasin à Rome (TRIOSSI/MASCETTI, BVLGARI, Revised and updated edition by Amanda Triossi, 2007 [annexe non numérotée jointe à la réponse de la recourante devant

l'autorité inférieure du 18 août 2016 (annexe 14 du dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure) ; ci-après : TRIOSI/MASCETTI], p. 9 et 13).

14.1.1.2 Depuis lors, la recourante se développe dans le domaine de la joaillerie. A la fin des années 1970, elle lance sa première importante collection de montres. Dans les années 1990, elle entre sur le marché de la parfumerie, puis sur celui des foulards, de la maroquinerie et de la lunetterie. Dans les années 2000, elle commence à exploiter des hôtels (TRIOSI/MASCETTI, p. 15, 248, 271, 283 et 302 ; annexe I.2 jointe à la réponse de la recourante devant l'autorité inférieure du 18 août 2016 [annexe 14 du dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure] ; annexe 9 jointe aux recours ; cf. recours B-151/2018, p. 12 [ch. ix] et 19-20).

14.1.1.3 En 2011, la recourante entre dans le groupe LVMH. En 2015, elle dispose d'un réseau de distribution de près de 300 boutiques situées sur les plus prestigieuses places commerciales de la planète et est considérée comme le troisième plus grand joaillier au monde (annexe I.2 jointe à la réponse de la recourante devant l'autorité inférieure du 18 août 2016 [annexe 14 du dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure] ; cf. TRIOSI/MASCETTI, p. 295 ; JEAN WATIN-AUGOUARD, Histoires de marques, 2^e éd. 2006, p. 131).

14.1.2

14.1.2.1 La recourante développe ses activités commerciales en Suisse, à St. Moritz notamment, à partir de la fin du 19^e siècle déjà (cf. TRIOSI/MASCETTI, p. 14-15). Elle fonde en Suisse "Bulgari Time (Switzerland) S.A." (actuellement : "Bulgari Horlogerie SA") en 1991 et "Bulgari Parfums S.A." (radiée en 2012 par suite de fusion avec "BULGARI GLOBAL OPERATIONS SA") en 1993 (TRIOSI/MASCETTI, p. 248 et 271 ; recours B-151/2018, p. 10 [ch. vi]). La recourante est notamment titulaire de la marque suisse n° 2P-341'021 "BVLGARI (fig.)" déposée le 10 octobre 1984 et enregistrée le 30 septembre 1985 pour divers produits des classes 3, 4, 9, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25 et 34 (cf. <<https://www.swissreg.ch>>, consulté le 21.01.2020 ; arrêt de la Cour de justice GE du 8 mai 1987, Revue suisse de la propriété intellectuelle [RSPI] 1988 I 104, p. 105 "PARFUM BULGARI" ; cf. arrêt du Handelsgericht ZH du 14 avril 1988, RSPI 1988 I 155, consid. 4 "PARFUM BULGARI II").

14.1.2.2 Par une trentaine d'articles de presse couvrant une période allant de 1991 à 2017, la recourante met en évidence la grande renommée et le prestige dont jouit le signe "BVLGARI", en particulier dans le domaine de

l'horlogerie (cf. annexes II.11-II.34 jointes à la réponse de la recourante devant l'autorité inférieure du 18 août 2016 [annexe 14 du dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure] ; annexes IV.6, IV.8 et IV.10 jointes aux observations finales de la recourante devant l'autorité inférieure du 12 juillet 2017 [annexe 23 du dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure] ; annexes 8 et 9 jointes aux recours).

La jurisprudence établit quant à elle que, dans les années 1980, le signe "BVLGARI" pouvait, auprès des amateurs d'objets de luxe, se prévaloir d'un grand prestige dans le domaine de la bijouterie et qu'il jouissait d'une notoriété certaine, même pour l'acheteur moyen d'articles d'orfèvrerie et de joaillerie (arrêt de la Cour de justice GE du 8 mai 1987, RSPI 1988 I 104, consid. 3a et 3b "PARFUM BULGARI" ; cf. arrêt du Handelsgericht ZH du 14 avril 1988, RSPI 1988 I 155, consid. 4 "PARFUM BULGARI II").

14.1.2.3 Il ressort par ailleurs de la jurisprudence que, dans les années 1980, la recourante réalisait en Suisse un chiffre d'affaires – "notable" – de Fr. 13'000'000.– par an (arrêt de la Cour de justice GE du 8 mai 1987, RSPI 1988 I 104, consid. 3b "PARFUM BULGARI" ; cf. arrêt du Handelsgericht ZH du 14 avril 1988, RSPI 1988 I 155, consid. 9 "PARFUM BULGARI II"). Dans le cadre des présentes procédures, la recourante dépose un certain nombre de pièces au sujet du chiffre d'affaires important qu'elle a réalisé en Suisse pendant les années 1991 à 2014 dans les domaines de la parfumerie, de la joaillerie, de l'horlogerie et des accessoires (cf. annexes II.43-II.43c et II.45c jointes à la réponse de la recourante devant l'autorité inférieure du 18 août 2016 [annexe 14 du dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure]).

14.1.3 Il faut enfin relever que, dans le courrier électronique qu'elle adresse à la recourante le 23 septembre 2016 (annexe 3b jointe aux recours [cf. décision attaquée 1, p. 6 (ch. 19) ; recours B-151/2018, p. 19 ; réponse, p. 4 (ch. 11) ; réplique, p. 14 *in limine*]), l'autorité inférieure retient – sur la base des recherches qu'elle a elle-même entreprises, ainsi que des moyens de preuve produits par la recourante – que le signe "BVLGARI" peut se prévaloir d'un *secondary meaning* en lien avec les produits suivants :

Classe 3 : "Savons ; produits de parfumerie, huiles essentielles, produits cosmétiques, lotions capillaires."

Classe 9 : "Lunettes."

Classe 14 : "Joaillerie, bijouterie, montres."

Classe 18 : "Maroquinerie."

14.2 Dans ces conditions, il convient d'admettre que, en lien avec ces divers produits appartenant aux classes 3, 9, 14 et 18, l'élément "BVLGARI" constitue en Suisse, depuis plusieurs décennies, une marque qui jouit d'un degré de connaissance hors du commun (cf. décision attaquée 1, p. 6 [ch. 21]).

15.

15.1 La suite de lettres dont est formé l'élément "BVLGARI" est susceptible de se référer à l'Etat de Bulgarie (cf. consid. 10.1.4-10.1.5).

15.1.1 En tant que tel, l'élément "BVLGARI" ne contient toutefois aucune indication qui permettrait de confirmer une telle référence. Il ne présente notamment pas de caractéristique typique de la langue bulgare (cf. recours B-151/2018, p. 10 [ch. v], 11 [ch. vii] et 15 [ch. xviii]). Dans les signes en cause, il n'est accompagné d'aucun élément verbal ou figuratif qui, d'une manière ou d'une autre, se rapporterait à l'Etat de Bulgarie.

15.1.2 Il n'existe en outre pas de rapports particuliers entre l'Etat de Bulgarie, d'une part, et les produits et les services revendiqués en l'espèce, d'autre part. Si une référence à l'Etat de Bulgarie peut éveiller des attentes quant à la provenance géographique de yogourts (cf. arrêt de la Cour de justice GE du 8 mai 1987, RSPI 1988 I 104, consid. 3b *in fine* "PARFUM BULGARI"), rien n'indique que tel soit le cas en lien avec les produits et les services en cause (cf. réplique, p. 3 *in fine* et 7).

Il n'y a dès lors notamment pas lieu de faire preuve de la rigueur particulière qui s'impose en cas d'indication de provenance qualifiée (cf. ATF 117 II 321 consid. 3a *in fine* "Valser" ; GILLIÉRON, in : CR PI, art. 47 LPM n° 23 ; WYSS, op. cit., p. 105-107).

15.1.3 Enfin, comme le relève la recourante, le niveau des importations suisses en provenance de Bulgarie reste relativement faible (recours B-151/2018, p. 13-14 [ch. xiii] ; annexes II.41 et II.42 jointes à la réponse de la recourante devant l'autorité inférieure du 18 août 2016 [annexe 14 du dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure]). En tout cas, en 2018, la Bulgarie n'entre pas dans le "top 15 des fournisseurs helvétiques", un classement dominé par l'Allemagne, l'Italie et la France (Administration fédérale des douanes AFD, Rapport annuel, Commerce extérieur suisse 2018 [https://www.ezv.admin.ch/dam/ezv/fr/dokumente/abgaben/Aussenhandelstatistik/Diffusion/Publikationen/Jahresberichte/analyse_des_aus]).

senhandels2018.pdf.download.pdf/Rapport%20annuel%202018.pdf>, consulté le 09.12.2019], p. 27).

15.2 En définitive, rien ne contribue réellement à asseoir le fait que la suite de lettres formée par l'élément "BVLGARI" constitue une référence à l'Etat de Bulgarie.

16.

16.1 Par ailleurs, l'élément "BVLGARI" ne correspond en soi à aucun mot dans les langues nationales ou en anglais (cf. consid. 10.1.2). Il est en effet indispensable de considérer que sa lettre "V" fait office de lettre "U" pour y déceler un nom géographique (cf. consid. 10.1.4.2). Le signe "BVLGARI" n'est ainsi pas immédiatement associé à l'Etat de Bulgarie.

16.2 En revanche, c'est en principe l'élément "BVLGARI" orthographié avec une lettre "V" (et non pas avec une lettre "U") que la recourante utilise depuis très longtemps sur ou en lien avec ses produits, que ce soient notamment les bijoux, les montres ou les parfums (cf. annexes I.5a-I.5e, II.15, II.16, II.18, II.21, II.22, II.28 et II.34 jointes à la réponse de la recourante devant l'autorité inférieure du 18 août 2016 [annexe 14 du dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure] ; TRIOSI/MASCETTI, p. 17 ss). C'est d'ailleurs bien avec une lettre "V" que, en Suisse, le signe "BVLGARI" est enregistré à titre de marque (cf. consid. 14.1.2.1) et peut se prévaloir d'un *secondary meaning* (cf. consid. 14.1.3). Il ne fait dès lors aucun doute que cette graphie particulière et omniprésente contribue à ce que l'élément "BVLGARI" soit compris non pas comme une référence (géographique) à l'Etat de Bulgarie, mais comme une référence (commerciale) à l'entreprise de la recourante.

17.

17.1 Enfin, les produits et les services revendiqués en l'espèce (classes 9, 35, 36, 38, 42 et 43) ne sont certes pas particulièrement proches des produits (classes 3, 9, 14 et 18) en lien avec lesquels le signe "BVLGARI" peut se prévaloir d'un *secondary meaning* (cf. consid. 14.1.3).

17.2 Or, il est notoire (cf. arrêts du TAF B-5177/2017 du 19 novembre 2019 consid. 2.9.3 "RITZ/RITZCOFFIER", B-4574/2017 du 14 février 2019 consid. 2.2.2.3 "COCO/COCOO [fig.]" et B-1394/2016 du 12 décembre 2018 consid. 9.2.1.1 "LOCKIT") que de nombreuses entreprises procèdent à la diversification de leur offre (cf. arrêt de la Cour de justice GE du 8 mai

1987, RSPI 1988 I 104, consid. 3b *in fine* "PARFUM BULGARI"). La recourante donne d'ailleurs de multiples exemples de ce phénomène (cf. recours B-151/2018, p. 5, 15-16, 16-18, 20-22, 27, 29 *in limine* et 30 ; réplique, p. 18 *in limine*). Il n'est notamment pas rare qu'une entreprise se diversifie dans des domaines très éloignés les uns des autres (Victorinox [couteaux, bagages, montres], Edding [fournitures de bureau, vernis à ongles], Frank Muller [horlogerie, instruments d'écriture], Chopard [horlogerie, bijouterie, hôtellerie], Armani [vêtements, montres, parfums, meubles, restauration, hôtellerie], etc. [cf. annexes 18, 20, 21 et 23 jointes aux recours]).

17.3 A cet égard, il faut rappeler que l'histoire de la recourante est justement marquée, depuis de nombreuses années, par la diversification progressive (cf. consid. 14.1.1.2) et particulièrement réussie de l'offre qu'elle propose en lien avec l'élément "BVLGARI" (cf. consid. 14.1.2.2-14.1.2.3).

18.

18.1

18.1.1

18.1.1.1 Dans un contexte aussi exceptionnel (consid. 14-17), il convient de retenir que, en lien avec les produits et les services revendiqués en l'espèce, l'élément "BVLGARI" n'est clairement pas compris comme une référence à l'Etat de Bulgarie, mais bien comme une référence à l'entreprise de la recourante.

18.1.1.2 Contrairement à ce qu'avance l'autorité inférieure (décision attaquée 1, p. 6 [ch. 21] et 7 [ch. 23]), peu importe qu'il n'existe pas de "lien tangible" entre les produits et les services en cause (classes 9, 35, 36, 38, 42 et 43), d'une part, et les produits (classes 3, 9, 14 et 18) en lien avec lesquels le signe "BVLGARI" peut se prévaloir d'un *secondary meaning* (cf. consid. 14.1.3), d'autre part.

Vu notamment le degré de connaissance hors du commun dont jouit le signe "BVLGARI" en lien avec divers produits appartenant aux classes 3, 9, 14 et 18 (cf. consid. 14.2), la relative faiblesse du rapport qui peut être établi entre l'élément "BVLGARI" et l'Etat de Bulgarie (cf. consid. 15.2), la graphie particulière de l'élément "BVLGARI" (cf. consid. 16.2) et le phénomène de diversification de l'offre des entreprises (cf. consid. 17.2), il

est en effet difficilement imaginable que l'élément "BVLGARI" soit perçu comme une référence à l'Etat de Bulgarie en lien avec les produits et les services revendiqués en l'espèce (dans ce sens : arrêt du Handelsgericht ZH du 14 avril 1988, RSPI 1988 I 155, consid. 6 "PARFUM BULGARI II" ; cf. également : recours B-151/2018, p. 15-16 [ch. xx] ; réplique, p. 7-8).

18.1.1.3 Rien n'indique par ailleurs que le grand public – qui, à l'égard des produits et des services en cause qui lui sont destinés, fait au moins preuve d'un degré d'attention moyen (cf. consid. 9.2.1) – percevrait l'élément "BVLGARI" différemment du spécialiste des branches concernées par les produits et les services revendiqués en l'espèce (cf. décision attaquée 1, p. 3 [ch. 2] ; décision attaquée 2, p. 3 [ch. 2] ; décision attaquée 3, p. 3 [ch. 4]). Peut dès lors rester ouverte la question de savoir si certains des produits et des services en cause sont destinés exclusivement à des spécialistes (cf. consid. 9.2.2).

18.1.2 N'y change rien le fait que, dans le signe "BVLGARI VAULT" (procédure de recours B-151/2018), l'élément "BVLGARI" soit suivi de l'élément "VAULT", qui correspond notamment au nom anglais "*vault*" (LEXICO, consulté le 21.01.2020), qui signifie en particulier "voûte" ou "cave" en français (Le Robert & Collins, Dictionnaire FRANÇAIS-ANGLAIS/ANGLAIS-FRANÇAIS, 8^e éd. 2006 ; cf. décision attaquée 1, p. 3 [ch. 4 *in fine*] (cf. décision attaquée 1, p. 4 [ch. 11] ; réponse, p. 3 [ch. 6]). Dans le signe "BVLGARI VAULT" également, l'élément "BVLGARI" n'est en effet pas compris comme une référence à l'Etat de Bulgarie, mais comme une référence claire à l'entreprise de la recourante.

18.2

18.2.1 En conclusion, un *secondary meaning* (cf. consid. 12.1.2.2) doit être reconnu à l'élément "BVLGARI" en lien avec les produits et les services revendiqués en l'espèce. Il ne saurait dès lors être retenu que, du fait qu'ils contiennent l'élément "BVLGARI", les signes en cause sont, au sens de l'art. 2 let. c LPM, propres à induire en erreur en ce qui concerne la provenance géographique des produits et des services en cause.

18.2.2

18.2.2.1 Peut rester ouverte la question de savoir si les rares pièces déposées par la recourante qui sont susceptibles d'établir un lien direct entre l'élément "BVLGARI" et certains des produits et des services revendiqués en l'espèce (notamment les "Services hôteliers" en classe 43

[annexe I.2 jointe à la réponse de la recourante devant l'autorité inférieure du 18 août 2016 (annexe 14 du dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure) ; TRIOSI/MASCETTI, p. 302-304 ; annexe IV.9 jointe aux observations finales de la recourante devant l'autorité inférieure du 12 juillet 2017 (annexe 23 du dossier B-151/2018 de l'autorité inférieure) ; annexes 6 et 9 jointes aux recours] sont suffisantes pour justifier que le signe "BVLGARI" s'est imposé comme marque au sens de l'art. 2 let. a *in fine* LPM en lien avec ces produits et ces services (cf. décision attaquée 1, p. 6 [ch. 20-21] ; réponse, p. 5 [ch. 12 et 14]).

Un nom géographique peut en effet constituer un cas d'application de l'art. 47 al. 2 LPM sans s'être imposé comme marque au sens de l'art. 2 let. a *in fine* LPM (cf. consid. 11.2.2.3)

18.2.2.2 Il faut enfin préciser que le fait que, au sens de l'art. 47 al. 2 LPM, l'élément "BVLGARI" ne soit pas considéré comme une indication de provenance ne découle pas de son éventuelle haute renommée au sens de l'art. 15 al. 1 LPM. Cette disposition n'est en effet pas applicable en l'espèce puisqu'elle se limite à donner au titulaire d'une marque de haute renommée la possibilité d'"interdire à des tiers l'usage de cette marque pour tous les produits ou les services" et ne saurait dès lors permettre l'*enregistrement* d'un signe pour l'ensemble des produits et des services.

19.

19.1

19.1.1 C'est ainsi à tort que l'autorité inférieure refuse de protéger les signes en cause en raison du fait qu'ils sont propres à induire en erreur au sens de l'art. 2 let. c LPM (cf. consid. 18.2.1).

19.1.2 Le ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 1 (cf. consid. 1.1.1.1), le ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 2 (cf. consid. 1.1.2.1) et le ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 3 (cf. consid. 1.1.3.1) doivent dès lors être annulés en application de l'art. 49 let. a PA.

19.2

19.2.1 Selon l'art. 61 al. 1 PA, l'autorité de recours statue elle-même sur l'affaire ou exceptionnellement la renvoie avec des instructions impératives à l'autorité inférieure.

19.2.2 Pour des raisons d'économie de procédure (essentiellement afin que la procédure ne soit pas prolongée inutilement), le recours au Tribunal administratif fédéral est en principe réformatoire (MOSER/BEUSCH/KNEUBÜHLER, *Prozessieren vor dem Bundesverwaltungsgericht*, 2^e éd. 2013, n° 3.191 ; WEISSENBERGER/HIRZEL, in : Waldmann/Weissenberger [éd.], *Praxiskommentar Verwaltungsverfahrensgesetz [VwVG]*, 2^e éd. 2016 [ci-après : *Praxiskommentar VwVG*], art. 61 PA n° 10). D'une manière générale, l'art. 61 al. 1 PA confère néanmoins un large pouvoir d'appréciation à l'autorité de recours, qui doit notamment veiller à ce qu'une décision réformatoire ne limite pas de manière inadmissible le nombre d'instances de recours (WEISSENBERGER/HIRZEL, in : *Praxiskommentar VwVG*, art. 61 PA n°s 15 et 17). Par ailleurs, l'autorité de recours ne saurait statuer elle-même sur l'affaire lorsque des questions pertinentes doivent être tranchées pour la première fois et que l'autorité inférieure dispose d'un certain pouvoir d'appréciation (ATAF 2010/46 consid. 4 ; arrêt du TAF B-6675/2016 du 19 juin 2019 consid. 9.4.1.2).

20.

En l'espèce, le fait que les signes en cause ne puissent pas être exclus de la protection en application de l'art. 2 let. c LPM (cf. consid. 19.1.1) ne signifie pas encore que ces signes puissent être protégés à titre de marques. Encore faut-il que leur protection ne soit pas exclue par l'art. 2 let. a LPM (consid. 21) ou par l'art. 2 let. d LPM (consid. 22).

21.

21.1

21.1.1 Dans le cadre de l'art. 2 let. a LPM également, il s'impose de retenir que l'élément "BVLGARI" n'est pas perçu comme une indication de provenance au sens de l'art. 47 al. 1 LPM. En effet, aux conditions strictes imposées par la jurisprudence dans le cadre de l'art. 2 let. c LPM (cf. consid. 12.4), un *secondary meaning* est reconnu à l'élément "BVLGARI" (cf. consid. 18.2.1), qui n'est dès lors, au sens de l'art. 47 al. 2 LPM, pas considéré comme une référence à la provenance des produits et des services en cause. L'élément "BVLGARI" est ainsi doté de force distinctive.

21.1.2 Par ailleurs, en raison de sa graphie particulière (cf. arrêt du TAF B-120/2019 du 31 juillet 2019 consid. 4.1 "OLD SKOOL"), l'élément "BVLGARI" n'est soumis ni à un besoin de libre disposition relatif ni à un

besoin de libre disposition absolu (cf. consid. 5.1.2.2 ; réplique, p. 13 *in fine*).

21.2 En conclusion, l'élément "BVLGARI" – qui est doté de force distinctive (cf. consid. 21.1.1) et n'est pas soumis à un besoin de libre disposition (cf. consid. 21.1.2) – ne saurait appartenir au domaine public au sens de l'art. 2 let. a LPM (cf. consid. 5.1.2 ; cf. réplique, p. 3 *in limine*).

22.

22.1

22.1.1 Dans son courrier électronique du 23 septembre 2016 (annexe 3b jointe aux recours), l'autorité inférieure retient que le signe "BVLGARI" peut se prévaloir d'un *secondary meaning* en lien avec divers produits des classes 3, 9, 14 et 18 (cf. consid. 14.1.3) et écarte ainsi l'application de l'art. 2 let. c LPM. Elle ne laisse par ailleurs en aucun cas entendre que le signe "BVLGARI" devrait être exclu de l'enregistrement pour un autre motif prévu par l'art. 2 LPM en lien avec ces produits.

22.1.2

22.1.2.1 En outre, depuis le début des procédures relatives aux signes en cause, l'autorité inférieure fait valoir uniquement le motif absolu d'exclusion prévu par l'art. 2 let. c LPM. Elle ne mentionne notamment pas (à titre subsidiaire) de motif qui relèverait de l'art. 2 let. d LPM.

22.1.2.2 En particulier dans sa notification de refus provisoire total (sur motifs absolus) à l'encontre de l'enregistrement international n° 1'290'822 "BVLGARI" (procédure de recours B-183/2018), l'autorité inférieure se base uniquement sur l'art. 6^{quinquies} let. B ch. 3 CUP, ainsi que sur l'art. 2 let. c, l'art. 30 al. 2 let. c et les art. 47 s. LPM (cf. consid. A.c.b.a).

Or, la protection en Suisse de l'enregistrement international n° 1'290'822 "BVLGARI" ne saurait dès lors être refusée sur la base d'un motif absolu d'exclusion autre que celui qui correspond à l'art. 2 let. c LPM (cf. arrêts du TAF B-2363/2015 du 11 octobre 2016, p. 2-3, "TITAN" et B-7416/2006 du 8 janvier 2008 consid. 3.3 et 3.6 "[emballage de praliné] [3D]").

22.2 De son côté, le Tribunal administratif fédéral ne voit, au sens de l'art. 2 let. d LPM, aucune raison – en particulier aucune disposition du droit en vigueur (cf. consid. 7.2) – qui permettrait d'exclure la protection des signes en cause à titre de marques.

22.3 Dans ces conditions, aucun motif absolu d'exclusion au sens de l'art. 2 let. d LPM ne saurait être retenu à l'encontre des signes en cause.

23.

23.1

23.1.1 Il ressort de tout ce qui précède que le motif d'exclusion prévu par l'art. 2 let. c LPM ne peut être retenu en l'espèce (cf. consid. 18.2.1) et que les motifs d'exclusion prévus par l'art. 2 let. a LPM (cf. consid. 21.2) et par l'art. 2 let. d LPM (cf. consid. 22.3) n'entrent clairement pas en ligne de compte.

23.1.2 Il se justifie dès lors de statuer sur l'affaire au sens de l'art. 61 al. 1 PA (cf. consid. 19.2.2).

23.1.2.1 Ainsi, le recours B-151/2018, qui ne concerne que les produits (classe 9) et les services (classes 38 et 42) mentionnés au ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 1 (cf. consid. 1.1.1.2), est (totalement) admis, en ce sens que ce ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 1 est modifié afin que la demande d'enregistrement de marque suisse n° 52787/2015 portant sur le signe "BVLGARI VAULT" soit (également) admise en lien avec ces produits et ces services.

23.1.2.2 Par ailleurs, le recours B-182/2018, qui concerne l'ensemble des services revendiqués en classes 36 et 43 (cf. consid. 1.1.2.2), est (totalement) admis, en ce sens que le ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 2 est modifié afin que la demande d'enregistrement de marque suisse n° 55832/2017 portant sur le signe "BVLGARI" soit admise en lien avec ces services.

23.1.2.3 Enfin, le recours B-183/2018, qui ne concerne que les produits (classe 9) et les services (classes 35, 38 et 42) mentionnés au ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 3 (cf. consid. 1.1.3.2), est (totalement) admis, en ce sens que ce ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 3 est modifié afin que la protection en Suisse de l'enregistrement international n° 1'290'822 portant sur le signe "BVLGARI" soit (également) admise en lien avec ces produits et ces services.

23.2 Ne reste ainsi qu'à statuer sur les frais et les dépens des procédures de recours B-151/2018, B-182/2018 et B-183/2018 (consid. 24-25).

24.

24.1 En règle générale, les frais de procédure – comprenant l'émolument judiciaire (cf. art. 63 al. 4^{bis} 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).

24.2

24.2.1

24.2.1.1 Vu le sort des recours B-151/2018 (cf. consid. 23.1.2.1), B-182/2018 (cf. consid. 23.1.2.2) et B-183/2018 (cf. consid. 23.1.2.3), la recourante obtient entièrement gain de cause. Les frais de procédure ne sauraient dès lors être mis à sa charge (cf. art. 63 al. 1 *in limine* PA).

24.2.1.2 Quant aux avances de frais de Fr. 3'000.– versées par la recourante le 6 février 2018 dans chacune des procédures de recours B-151/2018, B-182/2018 et B-183/2018, elles lui sont restituées. La somme totale de Fr. 9'000.– est ainsi remboursée à la recourante.

24.2.2 Aucun frais de procédure n'est mis à la charge de l'autorité inférieure (cf. art. 63 al. 2 *in limine* PA).

25.

25.1 La partie qui obtient entièrement ou partiellement gain de cause a droit aux dépens pour les frais nécessaires causés par le litige (cf. art. 64 al. 1 PA ; art. 7 al. 1 et 2, art. 8, art. 9 al. 1, art. 10 al. 1 et 2 et art. 14 al. 1 et 2 FITAF ; arrêt du TAF B-5004/2014 du 8 juin 2017 consid. 18.1 "CLOS D'AMBONNAY").

25.2

25.2.1

25.2.1.1 En l'espèce, la recourante, qui obtient entièrement gain de cause dans chacune des procédures de recours B-151/2018 (cf. consid. 23.1.2.1), B-182/2018 (cf. consid. 23.1.2.2) et B-183/2018

(cf. consid. 23.1.2.3) et qui est représentée par une mandataire devant le Tribunal administratif fédéral, a droit à des dépens.

25.2.1.2 L'intervention de la mandataire de la recourante consiste, pour l'essentiel, en le dépôt des recours B-151/2018 (cf. consid. B.a), B-182/2018 (cf. consid. B.b) et B-183/2018 (cf. consid. B.c) ainsi que d'une réplique (cf. consid. D). A défaut de décompte fourni par la recourante, il convient de fixer les dépens sur la base des dossiers (art. 14 al. 2 FITAF). En prenant notamment en considération le fait que les trois mémoires de recours sont largement similaires et que les procédures de recours ne comportent pas de questions de fait ou de droit inhabituelles ou exceptionnellement ardues, il se justifie de fixer au total à Fr. 9'200.– le montant des frais de représentation nécessaires à la défense des intérêts de la recourante dans le cadre des présentes procédures de recours et de mettre cette somme à la charge de l'autorité inférieure (cf. art. 64 al. 1 et 2 PA ; art. 7 al. 1 FITAF ; cf. arrêts du TAF B-3234/2017 du 2 septembre 2019 consid. 9.2 "Weissenstein" et B-7402/2016 du 27 juillet 2018 consid. 15.2.1 *in fine* "KNOT").

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

Par ces motifs, le Tribunal administratif fédéral prononce :

1.

1.1

1.1.1 Le recours B-151/2018 est admis.

1.1.2 Le ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 1 est modifié ainsi :

1. La demande d'enregistrement de marque suisse n° 52787/2015 portant sur le signe "BVLGARI VAULT" est admise en lien avec les produits et les services suivants :
 - Classe 9 : "Puces (circuits intégrés) ; antennes pour appareils de communication sans fil ; appareils et instruments de transfert, réception et stockage de sons, d'images et de données, sous forme numérique et analogique ; bracelets magnétiques d'identification ; circuits intégrés ; lecteurs de codes à barres ; supports de données magnétiques ; émetteurs de signaux électroniques ; appareils pour le traitement de l'information ; interfaces [informatique]."

- Classe 38 : "Communications par terminaux d'ordinateurs ; services de télécommunications ; fourniture d'accès à des bases de données ; transmission de messages et d'images assistée par ordinateur, transmission de données par le biais d'un réseau informatique mondial ; diffusion en continu de matériel audio, visuel et audiovisuel par le biais d'un réseau informatique mondial."
- Classe 42 : "Conception et développement de systèmes de saisie, d'extraction, de traitement, d'affichage et de stockage de données ; services de stockage électronique de données ; conception de logiciels, micrologiciels, matériel informatique et systèmes informatiques ; conception, développement, maintenance et mise à jour de logiciels ; services de décodage et cryptage de données ; services de sécurité, à savoir protection en ligne de réseaux d'ordinateurs contre l'accès par des tiers non autorisés ; conception, développement, maintenance et mise à jour de logiciels d'application ; prestations de fournisseur de services applicatifs (ASP) à savoir hébergement d'applications logicielles de tiers, mise à disposition temporaire de logiciels non téléchargeables."

1.2

1.2.1 Le recours B-182/2018 est admis.

1.2.2 Le ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 2 est modifié ainsi :

1. La demande d'enregistrement de marque suisse n° 55832/2017 portant sur le signe "BVLGARI" est admise en lien avec les services suivants :
 - Classe 36 : "Services immobiliers, à savoir services en matière de développement, achat, vente, financement, gestion, exploitation, location, promotion et courtage d'appartements, copropriétés, propriétés partagées et tout autre type de bien immobilier, ainsi que les locaux et commodités connexes, gérance de biens immobiliers, financement d'opérations de location-vente, affermage de biens immobiliers et services de cartes de crédit ; émission de cartes de crédit ; donations et collectes d'œuvres de bienfaisance ; mécénat, à savoir fourniture de contributions en nature en faveur d'individus et d'organismes publics et privés ; affaires immobilières, à savoir services de sociétariat dans des clubs de participation à des bien [sic] indivis, clubs résidentiels privés, clubs de droits d'usage et projets de crédit-bail à long terme dans des lieux de vacance [sic] et complexes touristiques ; services de courtage immobilier, à savoir faciliter la vente, l'échange et le commerce de temps de vacances et de tourisme pour les membres de clubs de villégiature, complexes immobiliers partagés, clubs de participation à des biens indivis, clubs résidentiels privés, clubs de droits d'usage et projets de crédit-bail à long terme ; affaires immobilières, à savoir aménagement de possibilités d'échange des droits d'occupation entre propriétaires de propriétés de vacance [sic]."

- Classe 43 : "Services hôteliers ; services de restaurant, services de traiteurs, services de bars et services de bars à cocktails ; services d'hébergement ; mise à disposition de logements ou de chambres dans des centres de villégiature, réservation de chambres dans des complexes touristiques, services d'hôtels de tourisme ; mise à disposition et location de salles de réunion, de moyens d'hébergement et d'installations hôtelières pour des réunions, conférences et expositions ; mise à disposition d'installations de réceptions et de banquets pour des occasions spéciales ; services de réservation d'hôtels (pour des tiers) ; hébergement temporaire à savoir services de sociétariat fournissant le droit temporaire de jouir de résidences de vacance [*sic*] temporaires ; hébergement temporaire à savoir services de clubs en matière de résidences privées, à savoir mise à disposition d'hébergements temporaires aux membres d'un club dans des résidences que louent ou possèdent des entreprises."

1.3

1.3.1 Le recours B-183/2018 est admis.

1.3.2 Le ch. 1 du dispositif de la décision attaquée 3 est modifié ainsi :

1. La protection en Suisse de l'enregistrement international n° 1'290'822 portant sur le signe "BVLGARI" est admise en lien avec les produits et les services suivants :
 - Classe 9 : "Appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, le traitement, le stockage et l'échange de données, sons ou images ; jeux de puces informatiques pour la transmission de données depuis ou vers une unité centrale ; circuits pour le cryptage et le décryptage de données informatiques ; interfaces informatiques de communication ; cartes d'interface de communication ; modules d'interface de communication ; circuits intégrés ; puces à circuits intégrés ; micro-circuits ; circuits imprimés ; étiquettes électroniques ; cartes à puce ; cartes mémoire ; cartes de paiement électronique et lecteurs d'étiquettes électroniques ; cartes pour le contrôle d'accès ; appareils et instruments pour le contrôle d'accès et l'identification et l'authentification de personnes et biens ; appareils de commande à distance ; lecteurs de cartes à puce ; manuels électroniques et en ligne ; puces électroniques codées ; dispositifs de stockage de données ; antennes ; antennes pour appareils de communication sans fil ; bracelets d'identification codés ; composants électroniques ; microprocesseurs ; bracelets d'identité codés électroniquement."
 - Classe 35 : "Vente au détail, en gros, par correspondance, en ligne d'appareils et instruments pour l'enregistrement, la transmission, le traitement, le stockage et l'échange de données, sons ou images ; services de vente au détail de sacs ; services de vente au détail d'articles de bijouterie ; services de vente au détail de produits de toilette ; services de vente au détail de vêtements et accessoires ;

services de vente au détail de bagages ; services de vente au détail dans le domaine des logiciels informatiques ; services de vente au détail d'œuvres d'art ; services de vente au détail d'instruments de beauté pour êtres humains ; services de vente au détail en rapport avec du chocolat ; publicité en ligne sur des réseaux informatiques de communication ; services de magasins de vente au détail en ligne d'articles de bijouterie, produits cosmétiques et de beauté, vêtements et accessoires ; services de traitement de données en ligne ; services informatisés de commande en ligne ; fourniture d'informations commerciales et d'affaires en ligne ; gestion de traitement de données ; services de traitement de données ; administration de la promotion d'affaires des activités d'affaires de magasins de vente au détail ; publicité ; publicité sur tous types de supports de communication publique ; présentation de produits sur tous supports de communication à des fins de vente au détail ; services de collecte de données aux points de vente par ordinateur."

- Classe 38 : "Services de télécommunication et de communication ; services de communication par le biais de réseaux informatiques ; fourniture de réseaux de télécommunications ; services de transmission de données ; services de fourniture d'accès à des bases de données ; transmission d'informations contenues dans des bases de données ; diffusion en continu de matériel audio, visuel et audiovisuel par le biais d'un réseau informatique mondial ; services d'information, assistance, services de conseillers et conseils dans le domaine des télécommunications ; services de télécommunications interactives."
- Classe 42 : "Services d'ingénierie ; conception, développement et maintenance de programmes et applications informatiques ; conception de programmes pour ordinateurs et microprocesseurs ; services de programmation informatique pour la sécurité de données électroniques ; conception, développement et mise à jour de logiciels et programmes informatiques ; services de sécurité de données ; services informatiques en rapport avec le stockage électronique de données ; services de conception liés à des outils de de [sic] traitement des données ; programmation de logiciels pour l'importation et la gestion de données ; programmation informatique pour systèmes de communication et traitement de données ; conception et développement de systèmes de sécurité de données électroniques ; conception de logiciels pour le stockage et le rappel de données multimédias ; cryptage, décryptage et authentification d'informations, de messages et de données ; conception et développement de systèmes de saisie, d'extraction, de traitement, d'affichage et de stockage de données ; fourniture d'interfaces informatiques non téléchargeables pour la fourniture d'informations concernant une grande variété de textes, documents électroniques, bases de données, graphismes et informations audiovisuelles ; fournisseurs de services applicatifs (ASP), à savoir hébergement d'applications logicielles informatiques de tiers ; mise à disposition temporaire de logiciels non téléchargeables."

2.

2.1 Il n'est pas perçu de frais de procédure.

2.2 Une somme totale de Fr. 9'000.– (correspondant aux avances de frais de Fr. 3'000.– versées dans chacune des procédures de recours B-151/2018, B-182/2018 et B-183/2018) est restituée à la recourante.

3.

Des dépens pour les procédures de recours B-151/2018, B-182/2018 et B-183/2018, d'un montant total de Fr. 9'200.–, sont alloués à la recourante et mis à la charge de l'autorité inférieure.

4.

Le présent arrêt est adressé :

- à la recourante (acte judiciaire ; annexe : formulaire "Adresse de paiement") ;
- à l'autorité inférieure (nos de réf. 52787/2015, 55832/2017 et 1290822 ; acte judiciaire) ;
- au Département fédéral de justice et police DFJP, Secrétariat général SG-DFJP, Palais fédéral ouest, 3003 Berne (acte judiciaire).

L'indication des voies de droit se trouve à la page suivante.

Le président du collège :

Le greffier :

Pietro Angeli-Busi

Pierre-Emmanuel Ruedin

Indication des voies de droit :

La présente décision peut être attaquée devant le Tribunal fédéral, 1000 Lausanne 14, par la voie du recours en matière civile, dans les trente jours qui suivent la notification (art. 72 ss, 90 ss et 100 LTF). Ce délai est réputé observé si les mémoires sont remis au plus tard le dernier jour du délai, soit au Tribunal fédéral soit, à l'attention de ce dernier, à La Poste Suisse ou à une représentation diplomatique ou consulaire suisse (art. 48 al. 1 LTF). Le mémoire doit être rédigé dans une langue officielle, indiquer les conclusions, les motifs et les moyens de preuve, et être signé. La décision attaquée et les moyens de preuve doivent être joints au mémoire, pour autant qu'ils soient en mains de la partie recourante (art. 42 LTF).

Expédition : 11 février 2020