Notification par LRAR RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

aux parties le : AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

COUR D'APPEL DE PARIS

Pôle 5 - Chambre 1

ARRÊT DU 05 FÉVRIER 2025

(n° 019/2025, 8 pages)

Numéro d'inscription au répertoire général : N° RG 23/10361 - N° Portalis 35L7-V-B7H-CHYUZ

Décision déferée à la Cour : décision du 10 mai 2023 de l'Institut [11] - n° national et référence : OP22-2621/NBU

DÉCLARANTE AU RECOURS

MISS ANTILLES INTERNATIONAL (M.A.I.)

Société à responsabilité limitée immatriculée au RCS de [Localité 9] sous le n° 327 235 818, agissant en la personne de sa gérante, madame [Aa] [Ab], née le, de nationalité française, domiciliée en cette qualité au siège social situé

[Adresse 3]

[Adresse 13]

[Localité 4]

Représentée par en tant qu'avocat constitué par Me Anne-marie MAUPAS OUDINOT, avocat au barreau de PARIS, toque : B 653

Ayant pour avocat plaidant Me Delphine ROBLIN-LAPPARRA, avocat au barreau de PARIS

APPELÉE EN CAUSE

CHANEL

Société par actions simplifiée immatriculée au RCS de [Localité 10] sous le n° 542 052 766, prise en la personne de son directeur général domicilié en cette qualité au siège social situé

[Adresse 1]

Département des [Localité 8]

[Localité 5]

Représentée par Me Jérôme PASSA, avocat au barreau de PARIS, toque : D 269

EN PRÉSENCE DE

M. MONSIEUR LE DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'INPI

[Adresse 2]

[Adresse 7]

[Localité 6]

Représenté par Mme Ac A, chargée de mission

COMPOSITION DE LA COUR :

L'affaire a été débattue le 17 décembre 2024, en audience publique, devant la Cour composée de :

- Mme Isabelle DOUILLET, présidente de chambre,
- Mme Françoise BARUTEL, conseillère,
- Mme Deborah BOHEE, conseillère,

qui en ont délibéré conformément à la loi.

Greffier lors des débats : Soufiane HASSAOUI

Le Ministère public a été avisé de la date d'audience.

ARRÊT :

contradictoire ;

par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la Cour, les parties en ayant été préalablement avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du code de procédure civile ;

signé par Mme Isabelle DOUILLET, présidente de chambre, et par M. Soufiane HASSAOUI, greffier présent lors de la mise à disposition.

Vu la décision du 10 mai 2023 par laquelle le directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle (Inpi) a déclaré partiellement justifiée l'opposition à la demande d'enregistrement de la marque française n° 4856814,

Vu le recours formé le 16 juin 2023 par la société Miss Antilles International, et ses dernières conclusions notifiées par RPVA le 17 septembre 2024,

Vu les dernières conclusions de la société Chanel notifiées par RPVA le 12 novembre 2024,

Vu les observations écrites du directeur général de l'Inpi transmises le 19 septembre 2024,

Les conseils des parties et la représentante de l'Inpi entendus en leurs observations orales reprenant leurs écritures,

Le Ministère public ayant été avisé de la date d'audience,

FAITS ET PROCÉDURE

Le 29 mars 2022, la société Miss Antilles International a déposé une demande d'enregistrement de marque semi-figurative française n°4856814 portant sur le signe reproduit ci-dessous :

Et visant les produits suivants :

- Classe 3 : lessives ; savons ; parfums ; huiles essentielles ; cosmétiques ; lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ;

- Classe 5 : produits pharmaceutiques ; produits hygiéniques pour la médecine ; savons désinfectants ; savons médicinaux ; shampoings médicamenteux ; dentifrices médicamenteux ; aliments diététiques à usage médical ; compléments alimentaires ; désinfectants ; produits antibactériens pour le lavage des mains ; préparations pour le bain à usage médical ; herbes médicinales ; tisanes médicinales ;

- Classe 44 : services pour le soin de la peau (soins d'hygiène et de beauté) ; services de salons de beauté ; services de salons de coiffures.

Le 22 juin 2022, la société Chanel a formé opposition à l'enregistrement de cette marque sur la base de sa marque verbale française « COCO » n°1571046 déposée le 19 janvier 1990 pour les « Savons ; parfumerie ; cosmétiques » en classe 3.

Par décision du 10 mai 2023, le directeur général de l'Inpi a reconnu partiellement justifiée l'opposition, et, en conséquence, a partiellement rejeté la demande d'enregistrement de la marque n°4856814 pour les produits et services suivants : « lessives ; savons ; parfums ; huiles essentielles ; cosmétiques ; lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ; tous ces produits comportant des extraits de noix de coco ; produits hygiéniques pour la médecine ; savons désinfectants ; savons médicinaux ; shampoings médicamenteux ; dentifrices médicamenteux ; désinfectants ; produits antibactériens pour le lavage des mains ; préparations pour le bain à usage médical ; services pour le soin de la peau (soins d'hygiène et de beauté) ; services de salons de beauté ; services de salons de coiffures ».

La société Miss Antilles International a formé un recours contre cette décision le 16 juin 2023.

Dans ses dernières conclusions numérotées 2, transmises le 17 septembre 2024, la société Miss Antilles International demande à la cour de :

- dire la SARL MISS ANTILLES INTERNATIONAL « M.A.I. » recevable et fondée en son recours ;

- annuler la décision de Monsieur le Directeur général de l'INPI n°OP22-2621 statuant sur l'opposition OP22-2621 en ce qu'elle a partiellement rejeté la demande d'enregistrement de la marque COCO D'AMOUR n°4856814 pour les produits et services suivants « lessives ; savons ; parfums ; huiles essentielles ; cosmétiques ; lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ; tous ces produits comportant des extraits de noix de coco ; produits hygiéniques pour la médecine ; savons désinfectants ; savons médicinaux ; shampoings médicamenteux ; dentifrices médicamenteux ; désinfectants ; produits antibactériens pour le lavage des mains ; préparations pour le bain à usage médical ; services pour le soin de la peau (soins d'hygiène et de beauté) ; services de salons de beauté ;

services de salons de coiffures » ;

- reconnaître que la marque COCO D'AMOUR n° 4856814 est valable pour les produits et services suivants « lessives ; savons ; parfums ; huiles essentielles ; cosmétiques ; lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ; tous ces produits comportant des extraits de noix de coco ; produits hygiéniques pour la médecine ; savons désinfectants ; savons médicinaux ; shampoings médicamenteux ; dentifrices médicamenteux ; désinfectants ; produits antibactériens pour le lavage des mains ; préparations pour le bain à usage médical ; services pour le soin de la peau (soins d'hygiène et de beauté) ; services de salons de beauté ; services de salons de coiffures » ;

- débouter la Société CHANEL et M. le Directeur de l'INPI de l'intégralité de leurs demandes, fins et conclusions.

- condamner la Société CHANEL à verser à la Société M.A.I. la somme de 8 000 euros au titre de l'article 700 du CPC.

- condamner la Société CHANEL aux entiers dépens.

Dans ses dernières conclusions numérotées 2, transmises le 12 novembre 2024, la société Chanel demande à la cour de :

- rejeter le recours en annulation formé par la société MISS ANTILLES INTERNATIONAL ;

- condamner la société MISS ANTILLES INTERNATIONAL à verser à la société CHANEL, au titre des frais irrépétibles qu'elle a dû engager, la somme de 8 000 euros.

MOTIFS DE LA DÉCISION

Il est expressément renvoyé à la décision ainsi qu'aux écritures et observations susvisées.

Sur l'usage sérieux de la marque COCO

La société Miss Antilles International soutient que les pièces communiquées par la société Chanel ne justifient pas d'un usage sérieux de la marque COCO pour les savons, les parfums et les cosmétiques ; que la société Chanel a cru pouvoir invoquer une exploitation des signes COCO MADEMOISELLE, [Localité 12] COCO, ou COCO NOIR qui font l'objet d'enregistrements distincts à titre de marque ; que l'usage de la marque antérieure COCO sous forme de [Localité 12] COCO en altère le caractère distinctif, le signe [Localité 12] retenant l'attention ; qu'il en est de même pour COCO NOIR ; que l'élément MADEMOISELLE étant distinctif à l'égard des parfums, son ajout au signe COCO représente un usage de la marque COCO sous une forme qui en altère le caractère distinctif ; que les signes COCO MADEMOISELLE, [Localité 12] COCO, ou COCO NOIR ne permettent pas de justifier de l'usage sérieux de COCO ; qu'il résulte des factures présentées en annexe 3 que les commandes sont quantitativement limitées pour les savons et les gels moussants ; qu'il n'est donc pas justifié d'un usage sérieux pour les produits opposés à savoir les savons, parfums et cosmétiques.

Sur ce,

Il n'est pas contesté que la période pertinente est la période de cinq ans suivant la demande soit du 29 mars 2017 au 29 mars 2022.

La cour constate comme le directeur de l'Inpi que, contrairement aux allégations de la société Miss Antilles International, la société Chanel produit de nombreuses preuves de l'exploitation du signe COCO seul pour les produits désignés, et notamment pour des eau de toilette, parfum, eau de parfum, crème pour le corps, gel moussant, émulsion hydratante pour le corps et savon pour le bain.

La société Chanel verse également au débat de nombreuses preuves d'usage des signes COCO NOIR, COCO MADEMOISELLE et [Localité 12] COCO pour les produits visés. La société Miss Antilles International prétend que ces éléments ne pourraient pas valoir preuve d'usage de la marque COCO parce que celle-ci ne serait qu'une des deux composantes de ces signes et que

l'autre composante serait dotée d'un caractère distinctif.

Il résulte de l'article L.714-5 3° du code de la propriété intellectuelle qu'est assimilé à un usage sérieux « (...) L'usage de la marque, par le titulaire ou avec son consentement, sous une forme modifiée n'en altérant pas le caractère distinctif, que la marque soit ou non enregistrée au nom du titulaire sous la forme utilisée (...)».

Ainsi peu important que les signes COCO MADEMOISELLE, [Localité 12] COCO et COCO NOIR ont également été enregistrés à titre de marques, si les usages du signe COCO sous les formes COCO MADEMOISELLE, [Localité 12] COCO et COCO NOIR n'altèrent pas le caractère distinctif de la marque COCO.

Le directeur de l'Inpi a pertinemment relevé que les termes MADEMOISELLE, [Localité 12] et NOIR possèdent un caractère distinctif faible au regard des produits en cause, le terme MADEMOISELLE pouvant être perçu comme indiquant le public ciblé par le produit, à savoir un public féminin et jeune, et les termes [Localité 12] et NOIR étant susceptibles d'évoquer une caractéristique des produits en cause à savoir leur couleur, de sorte que l'usage sous les formes modifiées COCO MADEMOISELLE, [Localité 12] COCO et COCO NOIR n'altère pas le caractère distinctif de la marque COCO, et que les pièces portant sur les signes COCO MADEMOISELLE, [Localité 12] COCO et COCO NOIR peuvent être prises en compte au titre de la démonstration de l'usage sérieux de la marque COCO.

S'agissant enfin de l'importance de l'usage, il convient de rappeler que l'usage de la marque peut être minime, à condition qu'il ne soit ni sporadique ni symbolique car destiné au seul maintien des droits sur la marque, et que le caractère sérieux de l'usage doit être apprécié au regard du secteur économique en cause.

En l'espèce, ainsi que l'a pertinemment relevé le directeur de l'Inpi, si les commandes sont quantitativement limitées pour la catégorie des savons, la combinaison des factures et des autres pièces, montre une réelle exploitation commerciale de la marque qui n'est pas purement symbolique et qui est d'une importance et d'une constance suffisantes pour établir un usage sérieux.

Le directeur de l'Inpi doit donc être approuvé en ce qu'il a dit que la marque antérieure opposée COCO fait l'objet d'un usage sérieux pour les « Savons, parfumerie, cosmétiques».

Sur l'atteinte aux droits antérieurs

Sur la comparaison des produits

Sur les « Lessives; huiles essentielles; lotions pour les cheveux; dentifrices; dépilatoires; produits de démaquillage; rouge à lèvres; masques de beauté; produits de rasage ; tous ces produits comportant des extraits de noix de coco » de la demande d'enregistrement contestée et les « Savons ; parfumerie ; cosmétiques » de la marque antérieure

La société Miss Antilles International prétend que les « lessives ; huiles essentielles ; lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de maquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage » sont de nature différente que les « savons, parfums ; cosmétiques » de la marque antérieure ; qu'ils contiennent des extraits de noix de coco, comme précisé sur la demande d'enregistrement, qui ne se trouvent pas dans les produits de la marque opposée.

Ainsi que le fait pertinemment observer le directeur de l'Inpi, les « lessives » de la demande contestée sont des produits de nettoyage destinés à laver, rendre propre, qui partagent les mêmes nature et fonction que les « savons » de la marque antérieure, lesquels peuvent être aussi bien à usage corporel que ménager, peu important que les savons de la société Chanel ne soient pas pour un usage ménager, la comparaison des produits s'effectuant tels qu'ils sont désignés dans les marques en cause sans tenir compte des conditions d'exploitation.

En outre, les « huiles essentielles; lotions pour les cheveux; dentifrices; dépilatoires; produits de démaquillage; rouge à lèvres; masques de beauté; produits de rasage » entrent dans la catégorie des « parfums ; cosmétiques » pour lesquels la marque antérieure est protégée, le fait que la désignation précise que ces produits comportent des extraits de noix de coco étant indifférent au regard de l'appréciation de leur similarité, les parfums et cosmétiques de la marque antérieure pouvant également intégrer de la noix de coco dans leur composition.

Le directeur de l'Inpi a donc pertinemment retenu que les produits en cause sont similaires.

Sur les « produits hygiéniques pour la médecine ; savons désinfectants; savons médicaux; shampoings médicamenteux; dentifrices médicamenteux ; désinfectants ; produits antibactériens pour le lavage des mains; préparations pour le bain à usage médical » de la demande d'enregistrement contestée et les « savons » de la marque antérieure

La société Miss Antilles International prétend que les « savons désinfectants » s'entendent de produits à visée thérapeutique et/ou de désinfection qui ne présentent pas les mêmes fonction et finalité que les « savons » qui désignent des produits cosmétiques et d'hygiène quotidienne lesquels n'ont pas de finalité médicale ni anti-bactérienne ; qu'ils ne sont pas proposés dans les mêmes rayons ; que les « désinfectants et les produits anti-bactériens pour l'usage des mains » désignent des substances servant à la désinfection et n'ont pas les mêmes nature, fonction et destination que les « savons » destinés à l'hygiène corporelle quotidienne, ni que les « cosmétiques » destinés à la toilette ou à la mise en beauté du corps.

Ainsi que le relève pertinemment le directeur de l'INPI, les produits en cause ont une finalité commune, à savoir l'hygiène. Si les premiers ont plus spécifiquement une visée thérapeutique ou médicale, ils présentent néanmoins les mêmes nature, fonction et destination que les seconds, s'adressent à la même clientèle et empruntent largement les mêmes circuits de distribution, de sorte qu'il s'agit de produits similaires.

Sur les « services pour le soin de la peau (soins d'hygiène et de beauté) ; services de salons de beauté ; services de salons de coiffure » de la demande d'enregistrement contestée et les « savons, parfums, cosmétiques » de la marque antérieure

La société Miss Antilles International soutient que les « services pour le soin de la peau » ne se confondent pas avec les produits destinés à être appliqués sur la peau ; que le consommateur n'est pas fondé à attribuer une origine commune aux produits de soin et aux services de soin ; que ces produits et services ne sont ni similaires ni complémentaires.

Les services de soin de la peau, de salon de beauté et de salons de coiffure de la demande d'enregistrement contestée s'entendent de prestations visant à l'embellissement et au soin du corps destinées aux personnes soucieuses de leur bien-être et de leur apparence physique. Ces services présentent un lien étroit et obligatoire avec les « savons, parfums, cosmétiques » de la marque antérieure, les premiers nécessitant l'emploi des seconds pour leur prestation.

En outre ils s'adressent à une même clientèle soucieuse de son bien-être et sont fréquemment fournis par les mêmes entreprises, de nombreux instituts de soins proposant également à la vente les produits qu'ils utilisent.

Les produits visés par la demande d'enregistrement sont donc bien similaires aux produits de la marque antérieure, le public étant fondé à leur attribuer une origine commune.

Sur la comparaison des signes

La société Miss Antilles International fait valoir que COCO est une marque verbale alors que le signe contesté COCO D'AMOUR est semi-figuratif et composé de deux mots superposés ; qu'il est écrit avec des lettres manuscrites, liées, rondes et de hauteur différentes ; que le terme COCO est en bleu clair et D'AMOUR en marron ; que les signes se différencient par leur longueur et leur structure ; que l'aspect visuel global renvoie à un univers décontracté et non à celui du luxe ; que l'impression phonétique d'ensemble diffère par sa longueur et sa sonorité ; que sur un plan conceptuel, COCO évoque la créatrice [V] Chanel dans le signe opposé alors que dans la marque contestée COCO renvoie à la crème de coco ou la noix de coco, cette référence étant précisée dans le libellé des produits ; que les signes n'ont donc aucune similarité conceptuelle.

Elle ajoute que l'élément COCO est descriptif, le terme coco étant utilisé dans le langage courant pour désigner l'eau de coco, l'huile de coco ou le lait de coco et évoquant un ingrédient faisant partie de la composition des produits qui contiennent de la noix de coco ; que COCO est donc secondaire dans le signe COCO D'AMOUR de sorte qu'il ne retient pas l'attention du consommateur ; que la société Chanel ne justifie pas de la notoriété du signe COCO isolé, le sondage produit n'étant pas pertinent en ce que la cible des « utilisateurs de parfum de beauté » est plus réduite que celle de produits cosmétiques et que la marque Chanel est identifiée dans les questions de sorte qu'on ne peut en déduire une notoriété du seul signe COCO ; que l'élément D'AMOUR est distinctif pour les produits en cause ; que compte tenu de toutes ces dissemblances conférant aux signes une impression d'ensemble différente, la seule circonstance que les deux signes ont en commun la dénomination COCO ne suffit à engendrer un risque de confusion.

La société Chanel soutient en substance que dans le signe contesté le terme COCO est placé en position d'attaque ; qu'il

conserve une position distinctive autonome et retient l'attention du consommateur ; qu'il a une place prépondérante sur la première ligne ; que les signes sont similaires visuellement, l'aspect visuel étant essentiel pour ces produits qui ne font pas l'objet d'une commande orale ; que la similitude phonétique est à tout le moins moyenne ; qu'il existe un degré élevé de similitude conceptuelle, les deux signes étant susceptibles d'évoquer une personne dénommée COCO, les termes D'AMOUR s'appliquant généralement à une personne ; qu'il en résulte une similitude à un degré élevé ou à tout le moins entre moyen et élevé ; que le terme COCO a un caractère distinctif intrinsèque élevé renforcé par sa connaissance sur le marché par les consommateurs français comme en atteste un sondage Ifop réalisé en décembre 2019 ; que c'est à juste titre que le directeur de l'Inpi a admis l'existence d'un risque de confusion.

Le directeur de l'Inpi fait valoir notamment que visuellement et phonétiquement les signes en cause partagent le terme COCO qui est parfaitement distinctif de sorte que le consommateur porte son attention sur ce terme ; que la renommée de la marque COCO tout comme son caractère distinctif accru sont largement démontrés ; qu'il existe donc un risque de confusion.

Le signe contesté ne constituant pas la reproduction à l'identique de la marque première qui lui est opposée, il convient de rechercher s'il n'existe pas entre les deux signes un risque de confusion, lequel comprend le risque d'association, qui doit être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce, le risque étant d'autant plus élevé que la marque antérieure possède un caractère distinctif important, soit intrinsèquement, soit en raison de sa connaissance par une partie significative du public concerné par les produits ou services en cause. Cette appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte notamment des éléments distinctifs et dominants de celles-ci.

La notoriété de la marque est en outre un facteur pertinent de l'appréciation du risque de confusion, en ce qu'elle confère à cette marque un caractère distinctif particulier et lui ouvre une protection étendue (Com., 31 janvier 2018, pourvoi n° 16-10.761)

Visuellement, les deux signes en présence se différencient en ce que le signe contesté est un signe semi-figuratif constitué de deux termes superposés « COCO » et « D'AMOUR », « COCO » étant écrit en lettres manuscrites rondes et liées de couleur bleue, « D'AMOUR » en capitales d'imprimerie de couleur marron, alors que la marque opposée est une marque verbale constituée du seul terme COCO. Les signes se rapprochent toutefois en ce que le signe contesté reprend en première ligne, seul sur la ligne et de couleur vive l'élément verbal COCO qui constitue l'intégralité de la marque antérieure. Il en découle une similitude visuelle plutôt forte.

Phonétiquement, les deux signes diffèrent par leur rythme (2 temps pour la marque antérieure / 4 temps pour le signe contesté) et se distinguent également par leur sonorité finale. Ils se rapprochent toutefois du fait de la reprise dans le signe contesté du mot COCO composant l'entièreté de la marque première, qui constitue l'attaque du signe second et dont la sonorité attire l'attention du public en ce qu'il est la répétition du son « CO ». Les deux signes présentent donc une similitude phonétique plutôt forte.

Au plan conceptuel, la marque antérieure COCO évoque, pour le consommateur français, le célèbre surnom de [V] Chanel, et également le diminutif d'un prénom ou le surnom d'une personne. La demande de marque contestée COCO d'AMOUR, compte tenu du terme « D'AMOUR » auquel « COCO » est associé, renvoie également à une personne ainsi désignée affectueusement, et non pas à un ingrédient de la composition du produit, à savoir le fruit du cocotier.

Il résulte de cette comparaison globale une similitude plutôt forte entre les signes.

Cette analyse n'est pas remise en cause par la prise en compte des éléments distinctifs et dominants des signes.

En effet, la marque antérieure COCO bénéficie d'un caractère distinctif accru du fait de sa forte connaissance sur le marché par les consommateurs français, ainsi qu'en attestent tant un sondage d'opinion réalisé par l'Ifop en décembre 2019, dont il résulte que 91% des consommateurs de parfums et de produits de beauté associent spontanément la marque Chanel à un parfum ou un produit de beauté dont le nom serait COCO, que des nombreuses parutions dans la presse montrant que les parfums COCO et COCO MADEMOISELLE ainsi que les rouges à lèvres [Localité 12] COCO sont des produits iconiques de la Maison Chanel depuis les années 1980.

En outre, dans le signe contesté « COCO D'AMOUR », le terme COCO, placé en position d'attaque, et auquel se rattache le terme « D'AMOUR » qui en dépend, est dominant.

Il suit des développements qui précèdent, que compte tenu de l'impression d'ensemble commune produite par les deux signes et de l'identité ou de la similarité de produits et services, il existe un risque de confusion entre les signes pour le consommateur moyen de la catégorie des produits et services en cause, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, qui effectuera un rapprochement entre eux, risquant de les confondre ou, à tout le moins, de leur attribuer une même origine commerciale.

Le recours de la société Miss Antilles International sera en conséquence rejeté.

La procédure de recours contre une décision du directeur général de l'Inpi ne donne pas lieu à condamnation aux dépens.

PAR CES MOTIFS,

La cour statuant contradictoirement,

Rejette le recours de la société Miss Antilles International à l'encontre de la décision du 10 mai 2023 du directeur général de l'Inpi,

Condamne la société Miss Antilles International à payer à la société Chanel la somme de 2 000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile, et rejette les demandes de la société Miss Antilles International à ce titre,

Dit que le présent arrêt sera notifié par le greffe aux parties et au directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle, par lettre recommandée avec accusé de réception.

LE GREFFIER, LA PRÉSIDENTE,