

Annales

**Examen de qualification en vue de
l'inscription sur la liste des personnes
qualifiées en matière de propriété
industrielle**

Mention marques, dessins & modèles

Session 2020

Epreuves écrites

Sujets

Réponses candidats

Exemples de sujets épreuves orales avec
éléments de réponses

AVERTISSEMENT

L’Institut national de la propriété industrielle publie pour chaque session d’examen des annales destinées à donner aux candidats une base pour leur formation.

Ces annales regroupent les textes des épreuves écrites de l’examen. Un exemple de réponse fourni par un candidat est présenté pour chaque épreuve. Les réponses n’ont été ni améliorées, ni corrigées. Sans être nécessairement parfaites à tous points de vue, elles constituent un échantillon de copies ayant obtenu une note sensiblement supérieure à la moyenne.

Cette édition compte également des exemples de sujets accompagnés d’éléments de réponses pour les deux épreuves orales.

SOMMAIRE

	Pages
NATURE DES EPREUVES ECRITES.....	4
1ERE EPREUVE ECRITE	
● Sujet.....	5
● Réponse d'un candidat	16
2EME EPREUVE ECRITE	
● Sujet.....	22
● Réponse d'un candidat	34
3EME EPREUVE ECRITE	
● Sujet.....	39
● Réponse d'un candidat	41
4EME EPREUVE ECRITE	
● Sujet.....	46
● Réponse d'un candidat	51
EPREUVES ORALES	
● Nature des épreuves et déroulé.....	57
● Première épreuve orale	59
Exemples de sujet avec éléments de réponses	
● Deuxième épreuve orale	73
Exemples de sujet avec éléments de réponses	

NATURE DES EPREUVES ECRITES

Première épreuve

rédaction d'un avis sur la validité et sur la disponibilité d'un signe à partir des résultats d'une recherche de droits antérieurs, d'après le droit français.

Deuxième épreuve

formation d'une opposition à une demande d'enregistrement de marque devant l'INPI ou devant l'EUIPO en langue française ou rédaction d'observations en réponse à une telle opposition.

Troisième épreuve

rédaction d'une note en forme de consultation ou d'avis sur un problème pratique du droit des marques et des signes distinctifs, y compris noms de domaines, et du droit de la concurrence déloyale ou des agissements parasites en droit français et communautaires et des conventions et arrangements internationaux auxquelles la France est partie.

Quatrième épreuve

rédaction d'une note en forme de consultation ou d'avis sur un problème pratique du droit des dessins et modèles, y compris en droit d'auteur, en droit français et communautaire et des conventions et arrangements internationaux auxquelles la France est partie.

SUJET PREMIERE EPREUVE ECRITE

Votre cliente, Madame Relax a développé une technologie permettant de mesurer le stress des consommateurs par un simple contact tactile d'un doigt avec un appareil mobile type téléphone ou tablette au travers d'une application qu'elle souhaiterait nommer STOPANX.

En complément de cette application STOPANX, Madame Relax a développé un site Web contenant :

- un questionnaire adressé aux consommateurs dont le résultat serait un indicateur sur leur niveau de stress,
- des conseils sur la gestion du stress,
- des informations concernant les compléments alimentaires à usage médical à associer à une bonne hygiène de vie, ces médicaments étant en vente libre en officine ou sur internet. (Madame Relax ne fabrique ni ne distribue de compléments alimentaires).

Madame Relax est à présent prête à mettre en ligne son application et son site web (elle vous précise qu'elle vient de réserver à son nom les noms de domaine « stopanx.info » et « stopanx.fr » qui étaient disponibles). Elle vous demande d'effectuer une recherche de disponibilités sur le terme STOPANX que vous décidez de mener en classes 9, 38, 42 et 44.

Pour établir votre recommandation, il vous est demandé de commenter chaque marque révélée à l'issue de la recherche de similitudes ainsi que le nom de domaine d'un tiers, stopanxiete.com, que vous avez détecté, lequel renvoie vers un site actif.

Vous apprécierez le caractère distinctif du signe STOPANX et sa disponibilité en France. Il ne vous est pas demandé de rappeler les bornes et limites de la recherche, ni les problématiques liées à la loi Evin.

En complément, Madame Relax souhaite développer un chatbot (boîte de dialogue) avec lequel le consommateur pourra échanger. Elle aimerait nommer son chatbot JOLIFLOR.

Vous la conseillerez **brièvement** sur l'intérêt ou non à mener des recherches de disponibilité sur le nom du chatbot JOLIFLOR et à le protéger.

**STOPMAX**

FR

France

Type	Verbale
Couleur	Oui
N° de dépôt	3662004
Date du dépôt	3 juillet 2009
Lieu du dépôt	I.N.P.I. PARIS
N° d'enregistrement	(09)3662004
Fin de validité	3 juillet 2019
Statut	Enregistrée
Dernier statut officiel reçu	Enregistré
Active	Oui

STOPMAX**Déposant**

SPERIAN FALL PROTECTION FRANCE
35 rue de la Bidauderie
18100 VIERZON
France
N° SIREN: 338833577

Titulaire

HONEYWELL FALL PROTECTION FRANCE

Mandataire

AB INITIO
5 rue Daunou
75002 PARIS
France

Classification de Nice

06, 09, 28

Produits & Services*Français*

06 Fils et câbles métalliques non électriques ; dispositifs métalliques de fixation d'ancre et d'arrimage ; cordages métalliques ; enrouleurs métalliques non mécaniques pour tuyaux flexibles ; échelles métalliques ; cosses de câbles ; câbles métalliques non électriques ; mousquetons et connecteurs en métal ; échafaudage métalliques.

09 Dispositifs, harnais, appareils et installations de protection contre les chutes pour des personnes travaillant dans des endroits élevés y compris dans les arbres, harnais de sécurité autres que sièges de véhicules ou équipements de sport ; harnachements de sécurité ; appareils et installations de sécurité contre les chutes, en particulier des lignes de vie anti-chutes fixées le long des parois des bâtiments, longes de connexions anti-chutes ; tendeurs/réducteurs de dispositifs anti-chutes ; équipement pour l'arrêt des chutes notamment enrouleurs anti-chutes à rappel automatique ; ceintures de sauvetage ; échelles de sauvetage ; siège suspendu pour le travail en hauteur.

28 Baudriers d'escalade ; matériels et équipements sportifs pour la pratique du sport d'escalade, à savoir harnais et ceintures, pitons, mousquetons, coinceurs, connecteurs, descendreurs, enrouleurs, tendeurs et réducteurs, lignes de vie et longes.

Publication

Publication de l'enregistrement
dans le recueil: 2009-50 - 11 décembre 2009

Date de publication du dépôt
dans le recueil: 2009-33 - 14 août 2009

Notification

Changement de dénomination

Enregistrement

Publication: 2009-50 - 11 décembre 2009

Enregistrement sans modification

**SOM'ANX**FR**France**

Type	Verbale
Couleur	Oui
N° de dépôt	4321390
Date du dépôt	11 décembre 2016
Lieu du dépôt	92 INPI - Dépôt électronique
N° d'enregistrement	(16)4321390
Fin de validité	11 décembre 2026
Statut	Enregistrée
Dernier statut officiel reçu	Enregistré
Active	Oui

SOM'ANX**Déposant**

M. gerard vercruyse
1 chemin de la pachere
31160 soueich
France

Mandataire

Mme. Françoise VERCROYSSSE
Quartier le Buchet, CHEMIN chemin de la Pachère, 31160
31160 SOUEICH
France

Classification de Nice

03, 05, 09

Produits & Services*Français*

03 Préparations pour blanchir la peau ; lessives ; préparations pour polir ; préparations pour dégraissier ; préparations pour abraser ; savons ; parfums ; huiles essentielles ; cosmétiques ; lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ; produits pour la conservation du cuir (cirages) ; crèmes pour le cuir ;

05 Produits pharmaceutiques ; produits vétérinaires ; produits hygiéniques pour la médecine ; aliments diététiques à usage médical ; substances diététiques à usage médical ; aliments diététiques à usage vétérinaire ; substances diététiques à usage vétérinaire ; aliments pour bébés ; compléments alimentaires ; emplâtres, matériel pour pansements ; matières pour plomber les dents ; matières pour empreintes dentaires ; désinfectants ; produits pour la destruction des animaux nuisibles ; fongicides ; herbicides ; préparations pour le bain à usage médical ; culottes hygiéniques ; serviettes hygiéniques ; préparations chimiques à usage médical ; préparations chimiques à usage pharmaceutique ; herbes médicinales ; tisanes ; parasiticides ; alliages de métaux précieux à usage dentaire.

09 Logiciels (programmes enregistrés) ; logiciel destiné à être utilisé en tant qu'interface de programmation pour logiciels (IPL) ; interface de programmation pour logiciels (IPL) facilitant les services en ligne de réseaux sociaux, la construction d'applications de réseaux sociaux et permettant la récupération, le téléchargement, l'accès et la gestion de données ; logiciels permettant le téléchargement, l'accès, la mise en ligne, l'affichage, le marquage, la création et la mise à jour de site Internet personnel (blog), visionnage en ligne en temps réel (streaming), création de liens Internet, partage et autres fournitures de médias électroniques ou d'informations par ordinateur et réseaux de communication ;

Publication

Publication de l'enregistrement
dans le recueil: 2017-13 - 31 mars 2017

Date de publication du dépôt
dans le recueil: 2016-52 - 30 décembre 2016

Enregistrement

Publication: 2017-13 - 31 mars 2017

Enregistrement sans modification



Stop !

France

Type	Verbale
Couleur	Oui
N° de dépôt	4070499
Date du dépôt	21 février 2014
Lieu du dépôt	92 INPI - Dépôt électronique
N° d'enregistrement	(14)4070499
Fin de validité	21 février 2024
Statut	Enregistrée
Dernier statut officiel reçu	Enregistré
Active	Oui

Stop !

Déposant

ACHALADANELLE, Société par actions simplifiées
19 COURS XAVIER ARNOZAN
33000 BORDEAUX
France

Mandataire

ACHALADANELLE, Mme. SOUMYA TAHIRI
19 COURS XAVIER ARNOZAN
33000 BORDEAUX
France

Classification de Nice

03, 05, 09, 44

Produits & Services

Français

03 parfums, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux ; dentifrices ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ;

05 aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire ; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux ; préparations pour le bain à usage médical ; préparations chimiques à usage médical ou pharmaceutique ;

09 Appareils et instruments scientifiques, nautiques, géodésiques, électriques et électroniques non compris dans d'autres classes, appareils et instruments photographiques, cinématographiques, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de contrôle (inspection), de sauvetage et d'enseignement; appareils pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction du son ou des images; supports d'enregistrement magnétiques, disques acoustiques; distributeurs automatiques et mécanismes pour appareils à prépaiement; caisses enregistreuses, machines à calculer, équipement pour le traitement de l'information et les ordinateurs; extincteurs.

44 services médicaux ; soins d'hygiène et de beauté pour êtres humains ou pour animaux ; chirurgie esthétique ; services de médecine alternative ; salons de beauté ; salons de coiffure.

Publication

Publication de l'enregistrement
dans le recueil: 2014-24 - 13 juin 2014

Date de publication du dépôt
dans le recueil: 2014-11 - 14 mars 2014

Enregistrement

Publication: 2014-24 - 13 juin 2014

Enregistrement sans modification



ANX

Union européenne

Type	Verbale
N° de dépôt	005296405
Date du dépôt	16 août 2006
Langue du dépôt	Allemand
2ème langue du dépôt	Anglais
N° d'enregistrement	005296405
Date d'enregistrement	12 janvier 2011
Fin de validité	16 août 2026
Statut	Enregistrée
Dernier statut officiel reçu	Enregistré
Date dernier statut officiel	17 janvier 2011
Active	Oui

Titulaire

ANXEBUSINESS, LLC
2000 Town Center, Suite 2050
48076-1135 Southfield
Michigan
États-Unis
Forme juridique: Limited Liability Company Michigan
Pays du titulaire: US
Pays de l'établissement effectif et sérieux: US

Mandataire

BIRD & BIRD LLP
Carl-Theodor-Str. 6
40213 Düsseldorf
Allemagne
Téléphone: 00 49-21120056000
Email: duesseldorf@twobirds.com

Adresse de correspondance

BIRD & BIRD LLP
Carl-Theodor-Str. 6
40213 Düsseldorf
Allemagne
Téléphone: 00 49-21120056000
Email: duesseldorf@twobirds.com

Classification de Nice

09,10,38

Produits & Services

Français

09 Logiciel concernant la mise à disposition personnalisée et interactive de contenus ciblés relatifs au stress ;
Logiciel pour la simulation de conversations relatives au stress. ;

10 Dispositifs médicaux pour la détection du stress.

38 Fourniture d'accès à des sites Internet, à des forums de discussion et à des blogs en ligne à propos du stress.

Opposition

Numéro: 001226663

Date de réception: 16 octobre 2007

Opposants

European Network Exchange Association
96, av. du Général Leclerc
92514 Boulogne-Billancourt Cedex
France

Mandataire

MEISSNER, BOLTE & PARTNER
Am Ochsenberg 16
73614 Schorndorf
Allemagne
Téléphone: 00 49-7181920770
Email: mail@remspatent.de

Ancienneté

Allemagne - N° d'enregistrement: 39630717 - Date d'enregistrement: 12 mars 1997

France - N° d'enregistrement: 96634533 -Date d'enregistrement : 08 juillet 1996

Suède - N° d'enregistrement: 322138 -Date d'enregistrement : 27 novembre 1996

Royaume-Uni - N° d'enregistrement: 2103492 -Date d'enregistrement : 09 mai 1997

Italie - N° d'enregistrement: 0001235806 -Date d'enregistrement : 06 août 1997

Publication

C.1.1

Proprietor - Total transfers
dans le recueil: 2016/120 - 30 juin 2016

D.1

Renewals
dans le recueil: 2016/115 - 22 juin 2016

C.8.1

Claims of seniority
dans le recueil: 2016/080 - 29 avril 2016

C.1.3

Proprietor - Change of name and address
dans le recueil: 2016/070 - 15 avril 2016

B.2

Registrations with amendments since the application was published
dans le recueil: 2011/010 - 17 janvier 2011

C.2.1

Representative - Change of name and professional address
dans le recueil: 2008/023 - 9 juin 2008

A.1

Applications published under article 40 CTMR
dans le recueil: 2007/034 - 16 juillet 2007



STOPANX

France

Type	Verbale
N° de dépôt	99799939
Date du dépôt	24 juin 1999
Lieu du dépôt	LYON (CENTRE I.N.P.I.)
N° d'enregistrement	99799939
Dernier renouvellement	12 juin 2009
Fin de validité	24 juin 2019
Statut	Renouvelée
<i>Dernier statut officiel reçu</i>	Renouvelée
Active	Oui

Déposant

GIFRER BARBEZAT, Société par Actions Simplifiée
8-10 rue Paul Bert
69150 DECINES
France
N° SIREN: 775645757

Mandataire

Cabinet GERMAIN & MAUREAU
12, rue Boileau
69006 LYON
France

Classification de Nice

05

Produits & Services

Français
05 Produits pharmaceutiques et hygiéniques.

Traduction

05 Pharmaceutical and sanitary preparations.

Publication

Publication de l'enregistrement
dans le recueil: 1999-50 - 10 décembre 1999

Date de publication du dépôt
dans le recueil: 1999-32 - 6 août 1999

Notification

Changement de nature juridique

Enregistrement

Publication: 1999-50 - 10 décembre 1999

Enregistrement sans modification

Renouvellement

Inscription: 12 juin 2009

Référence: 2402434

Renouvellement sans limitation



Union européenne

Type	Verbale
N° de dépôt	016287302
Date du dépôt	26 janvier 2017
Langue du dépôt	Allemand
2ème langue du dépôt	Anglais
N° d'enregistrement	016287302
Date d'enregistrement	5 juin 2017
Fin de validité	26 janvier 2027
Statut	Enregistrée
Dernier statut officiel reçu	Enregistré
Date dernier statut officiel	7 juin 2017
Active	Oui

Déposant

All Organic Treasures
Heisinger Straße 45
87437 Kempten
Allemagne

Titulaire

All Organic Treasures
Heisinger Straße 45
87437 Kempten
Allemagne
Forme juridique: GmbH
Pays du titulaire: DE
Pays de l'établissement effectif et sérieux: DE

Mandataire

SONNTAG & PARTNER PARTNERSCHAFTSGESELLSCHAFT
Schertlinstr. 23
86159 Augsburg
Allemagne
Téléphone: 00 49-82157058200
Email: Trademarks@sonntag-partner.de

Adresse de correspondance

SONNTAG & PARTNER PARTNERSCHAFTSGESELLSCHAFT
Schertlinstr. 23
86159 Augsburg
Allemagne
Téléphone: 00 49-82157058200
Email: Trademarks@sonntag-partner.de

Classification de Nice

01, 03, 05, 09, 35, 38, 41, 42, 45

Produits & Services

Français

01 Émulsifiants pour la fabrication de produits cosmétiques; Substances chimiques destinées à la fabrication de produits cosmétiques parfumés.
03 Produits de parfumerie; Huiles essentielles; Cosmétiques, cosmétiques décoratifs; Crèmes et lotions pour le visage; Lotions et crèmes pour nettoyer la peau, crèmes et lotions pour les mains et le corps; Bâtons effaçant les imperfections de la peau, Rouge à lèvres, Crayons pour les lèvres; Produits antisolaires; Produits de podologie; Crèmes et lotions pour les pieds; Produits de soin pour le corps, gels pour la douche, produits de soin des cheveux; Shampooings et lotions pour les cheveux, rinçages traitants (après-shampooings); Produits de soin pour bébés et nouveaux-nés; Huiles de bain, shampooings, huiles et crèmes pour la peau; Huiles de massage; Produits de soin pour hommes; Produits pour l'hygiène buccale non à usage médical; Produits pour la bouche et le nettoyage de la bouche, produits rafraîchissants pour l'haléine, sprays pour la bouche, produits de rinçage pour la bouche, dentifrices; Pâtes dentifrices; Produits anti-transpirants; Cosmétiques; Cosmétiques et produits cosmétiques.

05 Compléments nutritionnels; Produits nutraceutiques utilisés comme compléments diététiques; Produits pharmaceutiques; Médicaments; Produits chimico-pharmaceutiques.

09 Applications mobiles téléchargeables dans le domaine de la santé humaine.

35 Présentation de produits dans des médias de communication pour le commerce de gros et de détail; Publicité par correspondance; Publicité; Services de marketing; Courtage de contacts commerciaux, également sur l'internet; Services de vente en gros et au détail de produits alimentaires, compléments alimentaires et autres préparations pour cosmétiques, compléments alimentaires et produits pharmaceutiques.

38 Services de communication et télécommunications à savoir transmission de données, informations, vidéos, images, photographies, sons sur internet ou un réseau de téléphonie mobile, services de messagerie électronique, fourniture d'accès à des sites internet et forums de discussion et blogs en ligne.

41 Edition de livres, revues, journaux, périodiques, magazines et publications y compris publications électroniques en ligne ; organisation et conduite de séminaires, stages et cours ; organisation de conférences, forums, congrès et colloques ; production de programmes multimédias ; organisation d'expositions à but culturel ou éducatif.

42 Services de conception, développement, hébergement et maintenance de logiciels, sites internet et applications pour téléphonie mobile destinés à la mise en ligne de données, informations, vidéos, images, photographies, sons sur internet ou un réseau de téléphonie mobile.

45 Services personnels et sociaux rendus par des tiers destinés à satisfaire les besoins des individus à savoir services de réseaux sociaux et forums de discussions en ligne destinés à partager et échanger des données, informations, vidéos, images, photographies, sons.

Publication

B.1

Registrations with no amendments since the application was published
dans le recueil: 2017/106 - 7 juin 2017

A.1

Applications published under article 40 CTMR
dans le recueil: 2017/038 - 24 février 2017

NOM DE DOMAINE

Domain Name: **stopanxiete.com**

Registry Domain ID: 123456789_DOMAIN_COM

Registrar WHOIS Server: whois.gonetdom.com

Registrar URL: <http://www.gonetdom.com>

Updated Date: 2019-04-10T15:06:07Z

Creation Date: 2019-04-10T15:06:07Z

Registrar Registration Expiration Date: 2020-04-10T15:06:07Z

Registrar: GoNetDom.com, LLC

Registrar IANA ID: 123

Registrar Abuse Contact Email: abuse@gonetdom.com

Registrar Abuse Contact Phone: +1.23456789

Domain Status: clientTransferProhibited

Domain Status: clientUpdateProhibited

Domain Status: clientRenewProhibited

Domain Status: clientDeleteProhibited

Registry Registrant ID:

Registrant Name: Domain Names

Registrant Organization: Stop Anxiete SA

Registrant Street: 12 chemin des domaines

Registrant City: Paris

Registrant State/Province: FR

Registrant Postal Code:

Registrant Country: FR

Registrant Phone: +33.123456789

Registrant Fax: +33.123456789

Registrant Email: domain@stopanxiete.com

Registry Admin ID:

Admin Name: Domain Names

Admin Organization: Stop Anxiete SA

Admin Street: 12 chemin des domaines

Admin City: Paris

Admin State/Province: FR

Admin Postal Code:

Admin Country: FR

Admin Phone: +33.123456789

Admin Fax: +33.123456789

Admin Email: domain@stopanxiete.com

Registry Tech ID:

Tech Name: Domain Names

Tech Organization: Stop Anxiete SA

Tech Street: 12 chemin des domaines

Tech City: Paris

Tech State/Province: FR

Tech Postal Code:

Tech Country: FR

Tech Phone: +33.123456789

Tech Fax: +33.123456789

Tech Email: domain@stopanxiete.com

Name Server: NS17.STOPANXIETE..COM

Name Server: NS18.STOPANXIETE.COM

DNSSEC: unsigned



Se rétablir en travaillant

Récits traitant des façons de reconquérir son mieux-être au travail, en dehors du travail et de retour au travail



Une initiative du Centre pour la santé mentale en milieu de travail de la Great-West

< RETOURNER À LA PAGE STRATÉGIES EN MILIEU DE TRAVAIL SUR LA SANTÉ MENTALE

PAGE D'ACCUEIL

GUIDE DE L'ANIMATEUR

SERVICE COURRIEL

CONTEXTE

SOURCES

SONDAGE UTILISATEUR

VOIR TOUTES LES VIDÉOS

English



Santé mentale : la lourde charge des entreprises



Que se passe-t-il? Pourquoi est-ce si difficile?



Comment mieux gérer mon stress en milieu professionnel?



Yoga, ou comment lier efficacité et connaissance de soi?



Que devrais-je faire si je continue à éprouver des difficultés?



Mal être au travail : à qui en parler?



La communication, clé de voûte d'une entreprise apaisée



Si je continue à éprouver des difficultés, devrais-je rester au travail?



Comment combiner vie professionnelle et vie personnelle?



Comment faire pour commencer à me sentir mieux?

Réponse d'un candidat

Note attribuée à cette copie : 18,5/20

Cabinet X

A l'attention de Mme Relax

A la Plaine Saint Denis, le 9 janvier 2020

Chère Madame,

Nous revenons vers vous à la suite de nos échanges concernant vos projets STOPANX et JOLIFLOR.

Nous vous prions de bien vouloir trouver nos analyses et commentaires correspondants ci-dessous.

I. CONCERNANT VOTRE PROJET STOPANX

Vous souhaitez déposer à titre de marque le nom STOPANX pour désigner une application mobile associant une technologie de mesure du stress. Cette application sera également complétée par un site internet visant à questionner les utilisateurs sur leur stress, les conseiller en matière de gestion du stress et en matière de compléments alimentaires.

Afin de vérifier la disponibilité de ce signe en France, une recherche a été conduite parmi les marques et les noms de domaines. Les classes de la recherche sont 9, 38, 42 et 44. Selon nous, des recherches complémentaires en classes 5 (compléments alimentaires), 10 (dispositifs médicaux pour la mesure du stress) auraient pu être conduites.

En effet même si vous ne vendez pas ces produits en tant que tels, les services que vous proposez présentent un lien étroit et complémentaire avec ces articles. Des recherches auraient également pu être réalisées en classe 45 (services personnels et sociaux rendus par des tiers destinés à satisfaire les besoins des individus). Nous sommes à votre disposition pour réaliser ces investigations supplémentaires si vous le souhaitez.

Afin d'être valablement déposé à titre de marque, le nom STOPANX doit être valide et disponible. Nous étudierons ces deux aspects ci-après.

A. La validité du signe

Selon les articles L. 711-2 et L. 711-3 du Code de la propriété intellectuelle (CPI) un nom peut être déposé à titre de marque s'il est distinctif et licite.

La dénomination STOPANX peut être perçue comme une contraction de l'expression « stopper l'anxiété » ce qui pourrait avoir un lien avec les produits et services que vous entendez offrir sous ce nom.

Pour autant il ne nous semble pas que ce signe soit :

- exclusivement la désignation nécessaire, générique ou usuelle des produits et services,
- un nom servant à désigner directement les caractéristiques des produits et services.

Il nous semble que cette dénomination est allusive ou évocatrice mais disposera d'un degré de distinctivité suffisant pour être déposé auprès de l'INPI.

Afin d'écartez ce risque de rejet complètement vous pourriez envisager d'adoindre un graphisme à ce nom.

Concernant la licéité du nom STOPANX, nous constatons que cette dénomination n'est pas :

- exclue par l'article 6 Ter de la Convention d'Union de Paris,
- contraire à l'ordre public et aux bonnes mœurs,
- de nature à tromper le consommateur.

Ce signe peut donc valablement être déposé à titre de marque, sous réserve de sa disponibilité.

B. La disponibilité du signe parmi les marques

La recherche à mis en lumière un certain nombre de marques que nous souhaitons porter à votre attention.

1) Marque identique

- Marque française STOPANX n° 99 799939 déposée le 24 juin 1999 en classe 5

Cette marque est strictement identique au signe projeté. De plus elle vise des produits pharmaceutiques en classe 5 ce qui pourrait inclure les compléments alimentaires. Comme indiqué précédemment les compléments alimentaires présentent un lien étroit avec vos services de conseil en matière de compléments alimentaires.

Cette marque pourrait ainsi constituer un obstacle juridique important pour votre projet.

Nous notons toutefois qu'elle est soumise à une obligation d'usage et qu'elle ne semble pas avoir été renouvelée dans le délai imparti (échéance 24 juin 2019, délai de grâce expiré en décembre dernier). Les risques liés à l'existence de cette marque pourraient donc être relativisés s'il s'avérait qu'elle n'est pas exploitée ou pas renouvelée.

Nous vous proposons de conduire des recherches sur ces deux points.

2) Marques similaires gênantes

- Marque de l'Union Européenne (UE) ANX n° 00529405 déposée le 16 août 2006 en classes 9, 10 et 38 et revendiquant l'ancienneté d'une marque française de juillet 1996

Cette marque est proche de votre projet car ce dernier pourrait être perçu comme une déclinaison de par l'accolement du terme STOP. Le déposant pourrait également être alerté par le message négatif que pourrait avoir votre dépôt (stopper la marque ANX). Les produits et services visés par cette marque après opposition sont également en lien direct avec votre projet (détection et gestion du stress). Cette marque est donc un obstacle majeur à la poursuite de votre projet.

Après vérification de son éventuel usage nous pourrions envisager de racheter cette marque en raison de l'ancienneté des droits qu'elle revendique. En vous signalant auprès de cette société il faudra toutefois être prêt à changer de nom en cas de refus.

Si elle accepte il conviendra d'exploiter ce signe pour valablement activer les droits qui lui sont attachés.

En effet il nous semble difficile de soutenir que votre exploitation de votre marque STOPANX vaudra usage sous une forme modifiée du terme ANX.

- Marque française SOM'ANX n° 4321390 déposée le 11 décembre 2016 en classes 3, 5, 9

Cette marque pourrait elle aussi être perçue comme une variante de votre marque STOPANX car elle suggère exactement l'inverse (some anxiety – un peu de stress ?). En outre elle vise les compléments alimentaires en classe 5 ainsi que les logiciels de manière générale (incluant ainsi toute variante de logiciels).

Cette marque est donc gênante mais est également soumise à une obligation d'usage. Il conviendra donc de réaliser des investigations complémentaires afin d'évaluer le risque pratique lié à cette marque.

- Marque de l'Union Européenne SToppOx n° 016287302 déposée le 26 janvier 2017 en classe 1, 3, 5, 9, 35, 38, 41, 42 et 45

Cette marque présente une construction proche de votre signe STOP + un terme de 3 lettres finissant par la lettre X ce qui engendre des ressemblances phonétiques notables. Visuellement en revanche le public percevra la marque comme Stopp – Ox. Le terme OX étant plus éloigné de ANX car il ferait plutôt référence à l'oxygène.

Nous aurions donc des arguments à faire valoir sur ce point.

Cette marque vise des compléments nutritionnels, des applications mobiles dans le domaine de la santé et des services à la personne dans le domaine social. En outre elle n'est soumise à aucune obligation d'usage.

Il serait donc plus prudent de solliciter un accord auprès du titulaire.

3) Marques similaires présentant un risque plus limité

- Marque française Stop ! n° 4070499 déposée le 21 février 2014 en classes 3, 5, 9, 44

Bien que cette marque reproduise l'élément d'attaque STOP de votre projet, il nous semble que le caractère distinctif de votre signe réside principalement dans l'accolement du suffixe ANX. En effet, STOP est une expression tendant à être considérée comme générique. Les tribunaux de l'Union Européenne en janvier 2019 ont d'ailleurs refusé d'enregistrer une marque « archtung » (attention en allemand) en raison de son caractère accrocheur et laudatif.

Ainsi bien que cette marque vise des compléments alimentaires, des instruments de mesure et des services médicaux, il nous semble que nous aurons des arguments à faire valoir concernant les signes de comparaison.

- Marque française STOPMAX n° 3662009 déposée le 3 juillet 2009 en classes 6, 9, 28

Bien que les signes STOPANX et STOPMAX présentent des ressemblances, le libellé de cette marque antérieure vise essentiellement des produits en lien avec l'escalade.

Elle n'est donc pas gênante. En outre elle ne semble pas avoir été renouvelée dans le délai imparti.

C. Disponibilité du signe parmi les noms de domaine

La recherche a mis en évidence le nom de domaine stopanxieté.com réservé depuis le 10 avril 2019 et exploité en lien avec des services de conseils en matière de santé mentale au travail.

En vertu de l'article L. 711-4 du CPI un nom de domaine peut conserver une antériorité opposable à un dépôt de marque à condition qu'il soit :

- antérieur,
- utilisé pour des produits et des services proches et dans la vie des affaires,
- connu sur l'ensemble du territoire,
- à destination du public français,
- le radical du nom soit identique ou similaire à la marque déposée.

En l'occurrence Stopanx et Stopanxiété sont très proches car votre projet pourrait être perçu comme la contraction de ce nom de domaine.

En outre les services de conseil en matière de santé mentale au travail impliquent des services de conseil en gestion de stress (comme l'indique d'ailleurs un des onglets du site).

Bien que créé récemment (avril 2019) il peut être considéré que ce site à une portée et une visibilité nationale en France.

Ce nom de domaine est donc une antériorité gênante pour la poursuite de votre projet.

Vous nous indiquez avoir réservé deux noms de domaine. Si ces réservation sont antérieures et que votre site est en ligne nous aurons éventuellement des droits antérieurs à opposer mais il ne nous semble pas que tel soit le cas.

Nous notons également que la réservataire la société « STOPANXIETE SA » semble détenir des droits antérieurs. Nous vous proposons de vérifier le RNCS.

D. Conclusion

La recherche sur le nom STOPANX a mis en évidence des marques proches et un nom de domaine pouvant constituer des obstacles sérieux à la poursuite de votre projet. Il nous semble toutefois que le rachat de la marque de l'Union Européenne ANX n° 00529405 pourrait constituer une stratégie intéressante.

En effet grâce à l'ancienneté de 1996 qu'elle revendique sur le territoire français, elle antériorise l'ensemble des droits détectés. Cette marque étant soumise à une obligation d'usage il conviendra néanmoins d'exploiter ce signe afin qu'il ne puisse pas être menacé par une action en déchéance.

Il nous semble en effet que bien que Stop soit faiblement distinctif son ajout au terme ANX confère à ce signe court une apparence très différente. Ainsi il ne nous semble pas que Stopanx validera un usage sous forme modifiée (eu sens de l'article L. 714-5 b) du CPI) de la marque ANX.

Bien que contraignante cette solution nous semble être la plus adaptée pour poursuivre votre projet. Il faudra toutefois garder à l'esprit que dans l'éventualité d'un refus de la titulaire de la marque ANX il faudra probablement envisager de déposer une autre marque.

Avant toute action il conviendra également de vérifier la société Stopanxiété SA au titre de sa dénomination sociale afin de s'assurer qu'ils ne remontent pas avant 1996.

II. CONCERNANT VOTRE PROJET JOLIFLOR

Vous souhaitez développer un chatbot avec lequel le consommateur pourra échanger. Celui-ci se nommera JOLIFLOR.

L'usage d'une dénomination pour désigner un chatbot nous semble bien être un usage dans la vie des affaires. Un dépôt de marque serait donc approprié.

Le terme JOLIFLOR ne faisant par référence à des services de mise à disposition de moyens de discussion, il est donc selon nous suffisamment distinctif. Il n'est pas non plus contraire à l'ordre public et aux bonnes mœurs.

Pourtant, nous vous conseillons de vérifier la disponibilité de ce signe en conduisant des recherches sur les marques, les noms de domaine et les dénominations sociales. Les classes pertinentes nous semblent être les classes 9, 38.

Si ce chatbot s'adresse en français aux gens, les recherches peuvent être limitées aux territoires francophones.

Nous vous conseillons d'opter dans un premier temps par un dépôt en France.

XXXX

SUJET DEUXIEME EPREUVE ECRITE

La société SPORT 3000 a reçu, le 3 mai 2020, suite à la publication de la demande d'enregistrement de la marque LE PETIT MARCEL n° 19 4789456 une opposition qui lui a été transmise par l'INPI.

Elle vous demande de rédiger des observations en réponse à cette opposition et vous remet à cet effet la copie des marques invoquées et des annexes déposées, ainsi que l'argumentaire de la partie adverse, mais pas le récapitulatif de l'opposition, qu'elle n'a pas conservé.

(Pour les besoins de cette épreuve, il convient de vous placer fictivement à une date postérieure au 3 mai 2020).

ARGUMENTAIRE OPPOSITION

La présente opposition à enregistrement est fondée sur l'atteinte portée aux droits antérieurs de notre Client sur le fondement de l'article L. 712-4 1° au regard des marques **MARCEL PAGNOL** n° 3123456 et n° 4030838 et sur le fondement de l'article L. 712-4 2° au regard de la marque **TISANES MARCEL PAGNOL** n° 4398398.

Pour des raisons de clarté, nous étudierons ces deux fondements successivement.

1) Atteinte portée aux marques **MARCEL PAGNOL** n° 4013838 et n° 3123456

Comparaison des produits et services

La demande d'enregistrement contestée désigne des « *Vêtements* » en classe 25 et des « *articles de sport (skis, paddles, raquettes de tennis)* » en classe 28.

La marque antérieure **MARCEL PAGNOL** n° 4013838 a été enregistrée pour des articles de « *maroquinerie* » en classe 18.

Les « *Vêtements* » de la demande d'enregistrement sont évidemment complémentaires des articles de « *maroquinerie* » de la marque antérieure **MARCEL PAGNOL** n° 4013838. En effet tous ces produits sont nécessairement utilisés en relation les uns avec les autres, le port d'un sac à main ou l'utilisation d'une ceinture étant indispensable à toute personne soucieuse de son apparence.

Les articles de « *maroquinerie* » de la marque antérieure qui incluent, à défaut de précision, les sacs, forment une catégorie générale à laquelle appartiennent les sacs de sport, qui eux-mêmes incluent les housses pour les skis, les paddles et les raquettes de tennis. Il s'agit donc de produits similaires

La marque antérieure **MARCEL PAGNOL** n° 3123456 a été enregistrée pour des articles de « *services de promotion de produits pour la vente au détail* » en classe 35.

Il existe ici encore un lien de complémentarité entre les services précités et les « *Vêtements ; articles de sport (skis, paddles, raquettes de tennis)* » de la marque antérieure, les premiers ayant pour seul et unique objet de permettre la commercialisation des seconds.

Les produits désignés par la demande d'enregistrement contestée sont donc identiques ou similaires aux produits et services des marques antérieures invoquées.

Comparaison des signes

Les signes devant être comparés sont les suivants :

Marques antérieures	Demande d'enregistrement contestée
MARCEL PAGNOL	LE PETIT MARCEL

Aux termes de l'arrêt SABEL PUMA de la CJUE (opus cité), SABEL PUMA 11 novembre 1997 C-251/95, l'"*appréciation du risque de confusion dépend de nombreux facteurs et notamment de la connaissance de la marque sur le marché, de l'association qui peut en être faite avec le signe utilisé ou enregistré, du degré de similitude entre la marque et le signe et entre les produits ou services désignés. Le risque de confusion doit donc être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce. 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... Dans ce contexte, il convient de relever que le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important*".

Ainsi, aux termes de cet arrêt, l'appréciation du risque de confusion entre deux marques doit être faite en fonction des éléments distinctifs et dominants de celles-ci.

En l'espèce, les marques antérieures **MARCEL PAGNOL** sont constituées du simple accolement de deux termes distinctifs, **MARCEL** d'une part, **PAGNOL** d'autre part.

Or, au sein de ces marques, le terme **MARCEL** présente à l'évidence un caractère essentiel et dominant, du fait de sa seule position d'attaque.

De même, au sein du signe contesté **LE PETIT MARCEL**, le même terme **MARCEL**, parfaitement détachable des autres termes qui lui sont simplement juxtaposés, présente également un caractère dominant.

La présence dans les deux marques du même terme distinctif et dominant **MARCEL** rend ainsi évident l'existence d'un risque de confusion entre les marques en cause.

Ainsi, en raison de l'identité et de la similarité des produits et services en cause et de l'imitation de la marque antérieure par le signe contesté, il existe globalement un risque de confusion sur l'origine de ces marques pour le public, qui pourrait être fondé à leur attribuer une origine commune.

Par ailleurs, nous rappelons qu'en application de l'arrêt SABEL PUMA précité, le risque de confusion entre les marques peut être accru par la connaissance de la marque sur le marché, qui est établie par les documents joints (Annexes A et B) pour les marques antérieures invoquées dans la présente procédure.

En outre, nous tenons à vous préciser que la société SPORT 3000 a procédé au dépôt de la marque **LE PETIT MARCEL** car elle avait connaissance d'un projet d'extension des activités de notre Cliente notamment dans le secteur des articles de sport. Elle a donc procédé au dépôt contesté dans le seul but d'interdire cette diversification à notre Cliente, ce qui entache ce dépôt d'une mauvaise foi manifeste. La demande d'enregistrement de marque devrait également être rejetée sur ce fondement.

2) Atteinte à la marque **TISANES MARCEL PAGNOL** n° 4398398

La marque **TISANES MARCEL PAGNOL** n° 4398398 a été enregistrée pour des « *tisanes* ». Elle bénéficie à cet égard d'une renommée indéniable en France comme en témoignent les nombreux documents joints à l'opposition.

Vous apprendrez ainsi en lisant l'article de presse daté du 22 février 2018 paru dans le quotidien régional LA PROVENCE (annexe A) que ces tisanes, d'une grande qualité, produites, contrairement à nombre de ses concurrents, uniquement à base de produits d'origine biologique et commercialisées en Provence, bénéficient en France d'une renommée incontestable.

De même, le sondage réalisé par l'institut de sondage KANTAR (annexe B) atteste indubitablement d'une grande connaissance de la marque sur le marché, aussi bien en notoriété assistée que spontanée.

Il est donc évident que, du fait de la renommée de la marque antérieure et la grande qualité des produits qu'elle désigne, le consommateur attribuera une origine commune aux marques **TISANES MARCEL PAGNOL** et **LE PETIT MARCEL** en cause, en raison de la présence commune du terme MARCEL.

Il existe donc bien un risque de confusion au sens de l'application combinée des articles L 712-4 2° et L 711-3 2° du Code de la Propriété Intellectuelle, tels que ces articles résultent de la transposition en droit français de la Directive 2015-2436.

En définitive, nous demandons au nom de notre Cliente, la société Aubagne, que la demande d'enregistrement contestée **LE PETIT MARCEL** n° 4789456 soit rejetée pour l'ensemble des produits qu'elle désigne.

Nous demandons également que la société déposante soit condamnée à prendre en charge l'intégralité de nos frais de Conseils dans ce dossier, qui seront établis dans une note de frais et honoraires qui sera adressée à l'INPI en fin de procédure.

Recherche

- Recherche par nom de marque
- Recherche sur le logo
- Recherche par numéro
- Recherche avancée

Notice complète[Imprimer](#)[Retour à la liste de résultats](#)[Reformuler votre recherche](#)

1 / 1

[Ma liste \(0\)](#)[Notice complète](#)[Copie de la marque au BOPI](#)**Marque française****Marque : LE PETIT MARCEL****Type : Marque verbale****Classification de Nice : 25 ; 28****Produits et services**

- 25 Vêtements.
- 28 Articles de sport (skis, paddles, raquettes de tennis).

Déposant : SPORT 3000 (Société par actions simplifiée) 1 rue de la Chance 13080 AIX-EN-PROVENCE (SIREN 123456789)**Numéro : 4789456****Statut : Demande publiée****Date de dépôt / Enregistrement : 2019-12-31****Lieu de dépôt : 92 INPI - Dépôt électronique****Historique**

- Publication 2020-01-29 (BOPI 2020-01)

[Signalez une erreur sur cette notice](#)

Source INPI

[Conditions générales d'utilisation](#) - [Accessibilité](#) - [Plan du site](#) - [Fils Rss](#)

Recherche

- Recherche par nom de marque
- Recherche sur le logo
- Recherche par numéro
- Recherche avancée

Notice complète[Imprimer](#)[Retour à la liste de résultats](#)[Reformuler votre recherche](#)

1 / 1

[Ma liste \(0 \)](#)[Notice complète](#)[Copie de la marque au BOPI](#)**Marque française****Marque : MARCEL PAGNOL****Type : Marque verbale****Classification de Nice : 18****Produits et services**

- 18 Maroquinerie.

Déposant : AUBAGNE, Société anonyme, 14 boulevard du Midi 13005 MARSEILLE (SIREN 325476980)**Numéro : 4013838****Statut : Marque enregistrée****Date de dépôt / Enregistrement : 2014-01-02****Lieu de dépôt : 92 INPI - Dépôt électronique****Historique**

- Publication 2014-02-10 (BOPI 2014-04)
- Enregistrement sans modification 2014-07-17 (BOPI 2014-26)

[Signalez une erreur sur cette notice](#)

Source INPI

[Conditions générales d'utilisation](#) - [Accessibilité](#) - [Plan du site](#) - [Fils Rss](#)

Recherche

- Recherche par nom de marque
- Recherche sur le logo
- Recherche par numéro
- Recherche avancée

[Ma liste \(0 \)](#)**Notice complète**[Imprimer](#)[Retour à la liste de résultats](#)[Reformuler votre recherche](#)

1 / 1

[Notice complète](#)[Copie de la marque au BOPI](#)**Marque française****Marque : TISANES MARCEL PAGNOL****Type** : Marque verbale**Classification de Nice** : 5**Produits et services**

- 5 Tisanes ;

Déposant : AUBAGNE (Société anonyme) 14 boulevard du Midi 13005 MARSEILLE (SIREN 325476980)**Numéro** : 4398398**Statut** : Marque enregistrée**Date de dépôt / Enregistrement** : 2017-04-21**Lieu de dépôt** : 92 INPI - Dépôt électronique**Historique**

- Publication 2017-05-24 (BOPI 2017-21)
- Enregistrement sans modification 2017-09-01 (BOPI 2017-34)

[Signalez une erreur sur cette notice](#)[Source INPI](#)[Conditions générales d'utilisation](#) - [Accessibilité](#) - [Plan du site](#) - [Fils Rss](#)



MARCEL PAGNOL

France

Type	Verbale
Couleur	Non
N° de dépôt	(09)3123456
Date du dépôt	10 juillet 2009
Lieu du dépôt	I.N.P.I. PARIS
N° d'enregistrement	(09)3123456
Fin de validité	10 juillet 2009
Statut	Enregistrée
Dernier statut officiel reçu	Enregistrée

Déposant

AUBAGNE
(Société anonyme)
14 boulevard du Midi
13005 MARSEILLE
France
SIREN 325476980

Classification de Nice

35

Produits & Services

Français
35 Services de promotion de produits pour la vente au détail.

Traduction
35 Promoting products for retail sale.

Publication

Publication de l'enregistrement
dans le recueil: 2009-21 – 15 novembre 2009

Date de publication du dépôt
dans le recueil: 2009-15 – 9 août 2009

Enregistrement

Publication: 2009-21 – 15 novembre 2009
Enregistrement sans modification

ANNEXE A

La Provence

- jeudi 22/02/2018 à 10h58 - Mise à jour à 11h00
- *Aix-en-Provence*
- Par Angèle Husse

Entre les vins de Bordeaux et les fromages de Franche-Comté, la Provence se fait une place. Du 24 février au 4 mars, nos représentants vantent les mérites du "made in 13" dans un stand au Salon de l'agriculture de Venelles.

La société Aubagne troque la tisane de grand-mère contre l'infusion détox.

Tout est dans la boîte. Auparavant rectangulaires, les emballages des sachets de TISANE MARCEL PAGNOL ont été remodelés façon taille de guêpe. Et pour cause : « *les femmes représentent 85 % de notre clientèle* », estime Marius Tensile, directeur commercial de l'entreprise de thés et infusions.

La société AUBAGNE en chiffres

Sur le site historique de Marseille, la société Aubagne compte 20 employés dont cinq commerciaux, et réalise 2 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Une pharmacienne pour préparer les recettes de TISANE MARCEL PAGNOL

Sur son coin de stand « produits de Provence », les boîtes de tisanes s'empilent. Les promesses aussi. Abricot-romarin pour la détox. Mauve-menthe-cassis pour un ventre plat. Vigne rouge-mure-myrtille pour alléger les jambes. Alors qu'il fait déguster à deux passantes, Marius Tensile se souvient : « *Il y a deux ans, nous avons révolutionné notre gamme. Nous avons commencé à travailler avec des allégations.* » Soit, en langage marketing, la mise en avant des bienfaits procurés par le produit.

« Pour développer les recettes, nous travaillons avec une pharmacienne et une herboriste. » Deux précieux renforts pour une marque qui bénéficie désormais d'une importante notoriété sur le marché du bien-être. « Toute la gamme est bio. On ne travaille qu'avec des arômes naturels. Les consommateurs apprécient, ils n'ont pas l'habitude de trouver cette authenticité en grande distribution. »

"Les magazines féminins font notre communication"

Un positionnement moderne qui tranche avec la réputation de l'entreprise. Fondée en 1989, Aubagne a gagné en notoriété grâce à sa production de liqueur de verveine. Le développement d'une gamme de thés et d'infusions signe une sorte de retour aux sources, puisque la tradition des herbes médicinales s'est implantée dès le moyen-âge à Marseille.

La TISANE MARCEL PAGNOL est désormais bien connue des jeunes, et particulièrement des jeunes femmes. Pour cela, la société marseillaise peut compter sur un allié de choix d'après Marius Tensile : « *Les magazines féminins bombardent de messages sur le bien-être et la détox. On les laisse faire notre communication!* »

ANNEXE B



RESULTATS DU SONDAGE DE NOTORIETE POUR LA MARQUE « TISANES MARCEL PAGNOL »

Notre sondage a été effectué auprès d'un échantillon représentatif de la population française.

Après avoir vérifié la connaissance de l'échantillon choisi sur les tisanes, nous avons vérifié la notoriété de la marque « TISANES MARCEL PAGNOL » de manière spontanée. Nous avons ensuite vérifié cette notoriété de manière assistée.

Les résultats sont les suivants :

1) A la question : « Connaissez-vous bien les tisanes ? » les réponses sont :

- Extrêmement bien : 50 %
- Très bien : 30 %
- Assez bien : 15 %
- Un peu : 4 %
- Pas du tout : 1 %

2) A la question : « Quand vous pensez aux tisanes, quelles marques vous viennent à l'esprit ? » les réponses sont :

LIPTON	27 %
ELEPHANT	22 %
KUSMI TEA	17 %
LA TISANIÈRE	12 %
BIORIGINE	8 %
JARDIN BIO	7 %
CLIPPER	4 %
YOGI TEA	3 %

A la question : « **Parmi les marques de tisanes suivantes, lesquelles connaissez-vous ?** » les réponses sont (marques suggérées) :

	OUI	NON
LA TISANIÈRE	55 %	45 %
ELEPHANT	85 %	15 %
LIPTON	90 %	10 %
KUSMI TEA	75 %	25 %
CLIPPER	30 %	70 %
YOGI TEA	25 %	75 %
BIORIGINE	45 %	55 %
JARDIN BIO	40 %	60 %
TISANES MARCEL PAGNOL	1 %	99 %

3) A la question : « **Parmi les marques de tisanes suivantes, lesquelles avez-vous déjà achetées ?** » les réponses sont (marques suggérées) :

	OUI	NON
LA TISANIÈRE	50 %	50 %
ELEPHANT	75 %	25 %
LIPTON	80 %	20 %
KUSMI TEA	55 %	45 %
CLIPPER	20 %	80 %
YOGI TEA	15 %	85 %
BIORIGINE	35 %	65 %
JARDIN BIO	30 %	70 %
TISANES MARCEL PAGNOL	0,5 %	99,5 %

4) A la question : « **Parmi les marques de tisanes suivantes, lesquelles avez-vous actuellement chez vous ?** » les réponses sont (marques suggérées) :

	OUI	NON
LA TISANIÈRE	50 %	50 %
ELEPHANT	75 %	25 %
LIPTON	80 %	20 %
KUSMI TEA	55 %	45 %
CLIPPER	20 %	80 %
YOGI TEA	15 %	85 %
BIORIGINE	35 %	65 %
JARDIN BIO	30 %	70 %
TISANES MARCEL PAGNOL	0,5 %	99,5 %

Réponse d'un candidat

Note attribuée à cette copie 17,5/20

Institut National de la Propriété Industrielle
15 rue des Minimes – CS 50001
92677 Courbevoie Cedex

Paris, le 4 mai 2020

Objet : Observations en réponse à l'opposition formée à l'encontre de la demande d'enregistrement de marque française LE PETIT MARCEL n°4789456

Madame, Monsieur,

Par la présente, la société SPORT 3000, dont nous sommes les Conseils en propriété industrielle, présente ses observations en réponse à l'opposition mentionnée en objet.

I. DEMANDE DE PREUVES D'USAGE

Les marques française MARCEL PAGNOL n°4013838 et MARCEL PAGNOL n° 3123456 ont fait l'objet d'un enregistrement dont la publication au Bulletin officiel de la propriété industrielle (BOPI) est intervenue respectivement les 17 juillet 2014 et 15 novembre 2009, soit il y a plus de cinq ans au jour du dépôt de la demande de marque contestée.

Aussi, la déposante demande à l'opposante de démontrer que ses deux marques précitées ont fait, pour les produits sur lesquels est fondée l'opposition, l'objet d'un usage sérieux au cours des cinq années précédant la date de dépôt de la demande de marque contestée (le 31/12/2009). A défaut de rapporter une telle preuve, l'opposition devra être rejetée en ce qui concerne les moyens tirés de l'article L. 712-4 1° du code de la propriété intellectuelle (CPI), à savoir ceux au soutien desquels les deux marques MARCEL PAGNOL précitées sont invoquées.

II. DEMANDE DE PREUVE DU RENOUVELLEMENT DE LA MARQUE FRANÇAISE MARCEL PAGNOL n° 3123456

La copie de cette marque fournie par l'opposante lors du dépôt de l'opposition indique qu'elle a pour date de fin de validité le 10 juillet 2019 (ayant été déposée le 10 juillet 2009).

Dans ce contexte, nous demandons à l'opposante d'apporter la preuve qu'elle a bien renouvelé sa marque (y compris en période de grâce jusqu'au 31 janvier 2020).

A défaut, la marque n'est plus en vigueur et ne sera alors plus opposable. Le cas échéant, l'opposition devra être déclarée irrecevable en ce qu'elle concerne cette marque invoquée.

III. ARGUMENTS RELATIFS A L'ARTICLE L. 712-4 1°

1. Comparaison des produits et des services

L'opposante soutient que les produits de « maroquinerie » sont similaires, par complémentarité, aux « vêtements » en ce que ces produits sont nécessairement utilisés les uns avec les autres.

Cette affirmation est contestable en ce que le port de vêtements ne requiert pas obligatoirement l'usage de produits de maroquinerie pour remplir leur fonction, et réciproquement. Aussi, l'opposante n'a pas établi l'existence d'un lien étroit et obligatoire entre les produits en cause. Dès lors, ceux-ci ne sauraient être considérés comme étant similaires par complémentarité.

L'opposante soutient également que les articles de « maroquinerie » sont similaires aux « articles de sport (skis, paddles, raquettes de tennis) » en ce que les premiers forment une catégorie générale renfermant des produits destinés à contenir toute sorte d'objets, et notamment des skis, paddles et raquettes de tennis.

Or, les produits en présence sont clairement dissimilaires puisqu'ils ne présentent :

- ni la même nature (les premiers étant des articles faits de cuir, les seconds étant du matériel sportif),
- ni la même fonction (les premiers ayant principalement pour fonction de contenir et transporter des objets, les seconds de pratiquer une activité sportive),
- ni la même destination (les seconds étant utilisés uniquement dans le cadre d'une pratique sportive, ce qui n'est jamais le cas des premiers).

Le fait que les articles de maroquinerie puissent constituer des contenants pour articles de sport ne permet pas non plus de créer un lien suffisant permettant de constater une similarité entre les produits.

Enfin, l'opposante soutient que les « vêtements, articles de sports (skis, paddles, raquettes de tennis) » sont similaires, par complémentarité, aux « services de promotion de produits pour la vente au détail », les premiers ayant pour unique but de permettre la vente des seconds.

Or, il convient de relever que la formulation des services précités est trop vague et ne satisfait pas à l'exigence de clarté et de précision posée par l'article R. 712-3-1 du CPI. En effet, l'usage du terme « produits » sans autre précision ne permet pas de déterminer l'étendue de la protection conférée sur les services de promotion pour la vente au détail.

Dès lors, ce libellé ne permet pas d'établir une quelconque comparaison avec les produits désignés par la demande de marque contestée. Aucun lien de similarité n'est donc possible en l'espèce.

Au vu de ce qui précède, les produits désignés par la demande de marque contestée ne sont donc ni identiques ni similaires aux produits et services désignés par les deux marques antérieures MARCEL PAGNOL invoquées.

2. Comparaison des signes

Tout d'abord, l'opposante se borne à constater que le terme « MARCEL » est l'élément distinctif et dominant des marques MARCEL PAGNOL du fait de sa seule position d'attaque.

Or, le signe MARCEL PAGNOL est constitué d'un prénom et d'un nom patronymique. La jurisprudence constante retient, d'autant en plus en présence d'un prénom n'étant pas particulièrement rare ou original, que le consommateur d'attention moyenne focalisera son attention et retiendra prioritairement le nom patronymique, indépendamment de sa position en fin de signe. Ceci est le cas en l'espèce, le prénom MARCEL étant courant. C'est donc le nom PAGNOL qui marquera le public.

En outre, l'opposante ne démontre pas en quoi le terme MARCEL serait plus distinctif que le terme PAGNOL. Or, une telle affirmation est impossible, le terme PAGNOL étant tout aussi distinctif que MARCEL en raison de son caractère totalement arbitraire vis-à-vis des produits et services en cause.

Il en résulte que la présence commune du terme MARCEL ne suffit pas à générer un risque de confusion entre les signes.

Bien qu'elle cite le principe général de l'appréciation du risque de confusion au regard des similitudes visuelles, phonétiques et intellectuelles, l'opposante ne procède pas à ces comparaisons, de sorte qu'un risque de confusion ne peut, en tout état de cause, pas être établi.

En l'espèce, le signes MARCEL PAGNOL et LE PETIT MARCEL sont différents visuellement car :

- ils ont une physionomie distincte (2 mots contre 3 mots),
- ils diffèrent par la moitié de leurs lettres,
- leurs séquences d'attaque sont différentes, ce qui marquera le public (principe d'ailleurs rappelé par l'opposante),
- leurs séquences communes sont positionnées de manière radicalement opposée (début et fin de signe).

Phonétiquement, les signes se distinguent par leur rythme de prononciation distinct et le fait que leurs sonorités communes seront prononcées/entendues à des moments opposés (début ou fin de signe).

Conceptuellement, le signe LE PETIT MARCEL évoquera spontanément, pour le public, l'image d'un petit garçon. S'agissant du signe MARCEL PAGNOL, celui-ci renverra immédiatement et sans aucune nécessité de recherche à l'écrivain français célèbre Marcel PAGNOL. La connaissance générale de cet auteur pour le public français constitue un fait notoire (au sens de l'arrêt du Tribunal de l'Union Européenne MASSI/MESSI de 2018). Les signes auront donc des évoquées totalement différentes.

Au regard de ces éléments, la demande de marque LE PETIT MARCEL n'est donc pas similaire aux marques MARCEL PAGNOL.

3. Appréciation du risque de confusion

Il a été démontré ci-avant que :

- les produits désignés par la demande de marque contestée ne sont ni identiques ni similaires aux produits et services désignés par les marques antérieures,
- la demande de marque contestée n'est pas similaire, et évidemment ni identique, aux marques antérieures invoquées.

En conséquence, aucun risque de confusion n'est susceptible de survenir dans l'esprit du public, qui ne sera pas conduit à croire que la demande de marque LE PETIT MARCEL et les marques antérieures invoquées MARCEL PAGNOL proviennent d'une même entreprise ou d'entreprises économiquement liées.

La prétendue renommée des marques MARCEL PAGNOL, à supposer que les preuves transmises suffisent à la démontrer, n'est pas pertinente en l'espèce car elle se rapporte à des tisanes, produits qui n'ont pas été invoqués par l'opposante sous l'article L. 712-4 1° car les marques MARCEL PAGNOL invoquées ne visent pas les tisanes. Cette éventuelle renommée n'a donc aucun impact sur l'absence de risque de confusion démontrée ci-avant.

Enfin il convient de préciser que l'argument lié à la prétendue mauvaise foi de la déposante est inopérant. En effet, les circonstances du dépôt ne sont pas pertinentes aux fins de l'appréciation du risque de confusion.

IV. ARGUMENTS RELATIFS A L'ARTICLE L. 712-4 2°

Pour déterminer si une marque doit être refusée à l'enregistrement au motif de l'article L. 712-4 2°, il convient de déterminer si la demande de marque contestée porte atteinte à une marque antérieure jouissant d'une renommée en France désignant des produits identiques, similaires ou non similaires, lorsque l'usage de la marque postérieure sans juste motif tirerait indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure, ou leur porterait préjudice.

Or, l'opposante tente de démontrer que le public attribuera une origine commune aux signes LE PETIT MARCEL et TISANES MARCEL PAGNOL, ce qui n'est pas pertinent sous le premier fondement.

En l'espèce, l'opposante ne démontre :

- ni la renommée de sa marque TISANES MARCEL PAGNOL pour des tisanes, les deux documents produits étant insuffisants et ne faisant notamment pas état de la part de marché détenue par la marque ni les investissements réalisés pour la promouvoir,
- ni la similitude des signes (l'inverse ayant été démontré par la déposante au III-2),
- ni l'existence d'un lien que le public pourrait établir entre les signes,
- ni l'existence ou le risque d'existence de faits de parasitisme du fait de l'usage de la marque postérieure, ni le risque de dilution ou de ternissement de la marque antérieure du fait de l'usage de la marque postérieure.

Aussi, indépendamment de la question du juste motif pour l'usage de la marque LE PETIT MARCEL, l'opposition fondée sur l'article L. 712-4 2° doit être rejetée en ce que les conditions cumulatives énumérées ci-dessus ne sont pas remplies.

* * *

Au vu de ce qui précède, nous demandons au Directeur général de l'INPI de bien vouloir :

- déclarer infondée dans sa totalité l'opposition formée par l'opposante, et la rejeter en tous ses moyens,
- accepter sans réserve l'enregistrement de la marque française LE PETIT MARCEL n°4789456 dans sa totalité,
- rejeter la demande de prise en charge par la déposante des frais d'opposition engagés par l'opposante, non seulement en ce que l'opposition n'est pas fondée, mais parce que le code de la propriété intellectuelle ne prévoit pas cette faculté.

Dans cette attente, nous vous adressons nos salutations distinguées.

XXX
CPI n° XXX
Cabinet XXX

SUJET TROISIEME EPREUVE ECRITE

Une société Extérieurs Nuit (société 1), active dans le domaine de l'immobilier dépose le 10 mai 2010 la marque française Wallful & Cabri qui correspond aux noms de ses dirigeants, sous le n° 5645866 pour désigner :

- 25 Vêtements, chaussures, chapellerie.
- 36 Assurances ; affaires financières ; affaires monétaires ; affaires immobilières.

La société 1 cède le 26 décembre 2014 son fonds de commerce à une société l'Agence des Cévennes (société 2) en ces termes :

« Le Cédant cède par les présentes au Cessionnaire un fonds de commerce de transaction sur immeubles et fonds de commerce exploité à lui appartenant connu sous le nom commercial W & C.

Ce fonds comprend les éléments incorporels suivants :

L'enseigne, le nom commercial W & C, la clientèle, l'achalandage y attaché.

Le site internet accessible par l'adresse « www.wetc.com »

Les éléments corporels suivants :

Les agencements, le matériel et le mobilier

Plaquettes commerciales

Polos à la marque de la société

Étant précisé que l'intégralité de l'activité est cédée comprenant la totalité des éléments incorporels et corporels et que ledit fonds se poursuit et comporte dans son état actuel toutes des aisances et dépendances sans exception ni réserves ».

La société 2 cède le 12 février 2017 à une société Wallful & Cabri (société 3) - laquelle a été créée le 2 janvier 2017 - un fonds de commerce de transactions sur immeuble et fonds de commerce de marchands de biens, gestion immobilière, conciergerie, gestion de propriété, connu depuis janvier 2015 sous le nom commercial Wallful & Cabri.

La cession emporte cession des éléments incorporels suivants :

« Enseigne, nom commercial, clientèle, achalandage. »

Le site internet de la société 3, auquel est rattachée l'activité cédée, est accessible depuis le nom de domaine wallfulcabri.com , qu'elle a réservé depuis le 2 janvier 2017.

La société 3 apprend que la société 1 a déposé en France le 14 octobre 2019 sous le n° 9569872 - marque publiée le 20 novembre 2019 - la marque dé nominative « Wallful & Cabri » pour les produits et services suivants :

- 25 Vêtements ; chaussures ; chapellerie.
- 36 Assurances ; services bancaires ; estimations immobilières ; gérance de biens immobiliers ; services de financement.
- 42 architecture ; décoration intérieure.

Livrez à votre cliente la société Wallful & Cabri (société 3) votre analyse de la situation.

Quels sont ses droits, actions et risques ?

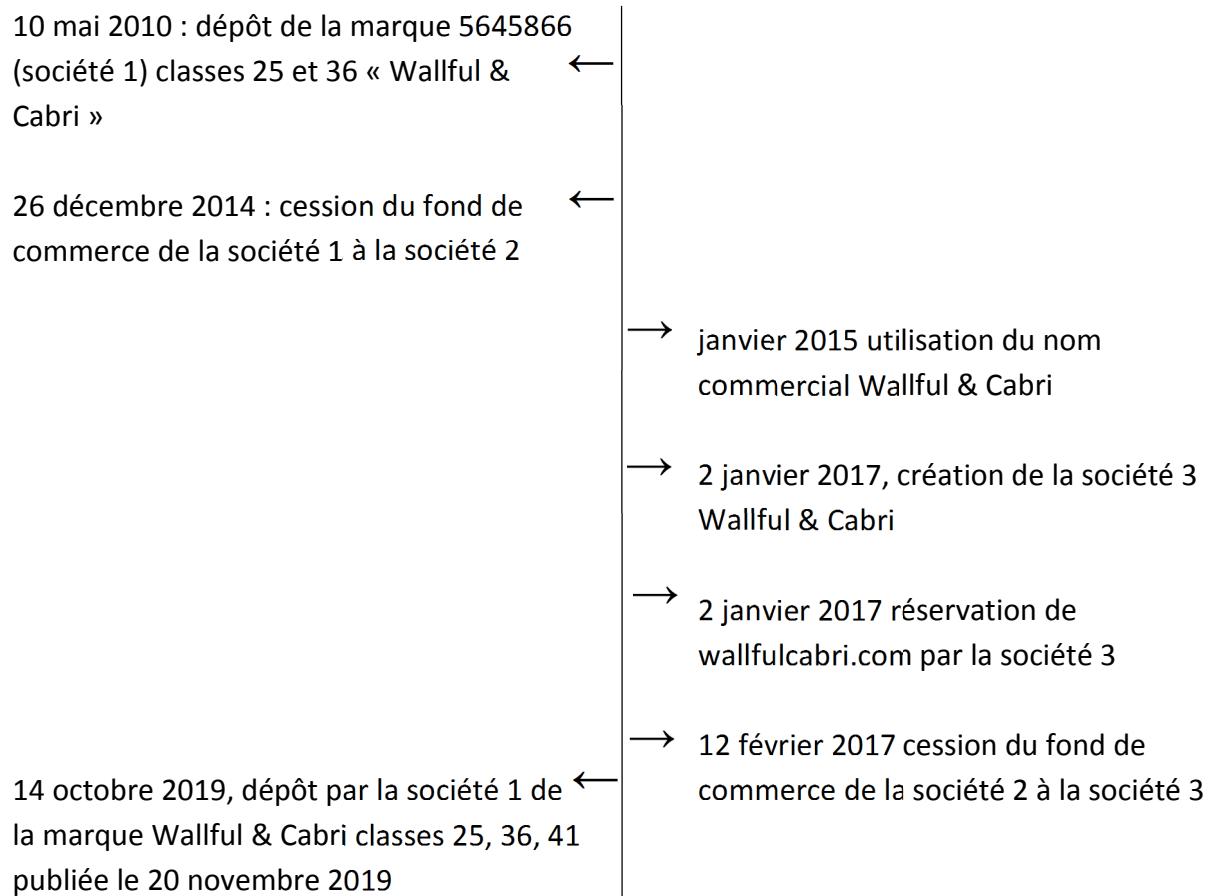
Réponse d'un candidat

Note attribuée à cette copie 16/20

Madame, Monsieur,

Nous revenons vers vous suite à votre demande d'analyse de la situation de droit impliquant votre entité (société 3), la société Extérieurs Nuits (société 1) et la société Agence des Cévennes (société 2).

Avant toute analyse, nous vous prions de trouver ci-après un schéma récapitulant la situation de droits croisés dans laquelle nous nous trouvons.



Plusieurs cessions de droits sont donc intervenues.

La société 1 a cédé son fond de commerce à la société 2, y incluant un nom commercial W & C, un site internet www.wetc.com. Ceux-ci ne nous semblent pas problématiques dans le présent cas, demeurant suffisamment distinct de la dénomination Wallful & Cabri et de votre nom de domaine.

S'agissant de la marque n° 5645866, l'article L. 714-1 (version en vigueur avant le 11 décembre 2019 au moment de la conclusion du contrat) précise que « les droits attachés à une marque sont transmissibles en totalité ou partie indépendamment de l'entreprise qui les exploite » et également « le transfert de propriété est contesté par écrit à peine de nullité ».

En l'occurrence il est fait mention de la cession et certains éléments nommément visés et de la cession de la totalité des éléments corporels et incorporels.

Il existe une incertitude sur la liste de ces éléments visée au contrat, et dans le cas où la marque aurait été cédée, sur le fait que celle-ci ait bien été inscrite au registre national des marques (RNM) pour être opposable aux tiers.

A défaut de précision nous supposerons que la marque n'a pas été cédée et que la société 1 est donc détentrice de droits sur cette marque.

On note également que Wallful & Cabri correspond aux noms de ces dirigeants ce qui aura une incidence par la suite.

Votre entité détient des droits sur Wallful & Cabri via la dénomination sociale de société créée le 2 janvier 2017, nous supposerons qu'il s'agit là de la date d'inscription au Registre de Commerce et des Sociétés, permettant de prendre date de la protection de la dénomination.

Elle s'est également fait céder un fond de commerce connu sous le nom commercial Wallful & Cabri depuis janvier 2015. Nous supposerons que cette date correspond à la première utilisation publique et non équivoque de ce nom et marque donc la date de début de sa protection. La marque n° 5645866 n'étant pas mentionnée dans les éléments cédés et dans l'hypothèse où elle appartiendrait à la société 2 n'est pas concernée par cette cession.

Enfin, votre entité a réservé le 2 janvier 2017 le nom de domaine wallfulcabri.com.

Celui-ci est-il exploité en relation avec votre activité immobilière.

En effet pour qu'un nom de domaines constitue, en France, un droit opposable, il doit :

- être réservé antérieurement au droit de marque contesté,
- comporter un radical proche de la marque,
- être exploité en relation avec une activité proche des produits et services,
- être à destination du public français (nous supposons que tel est ou sera le cas dans la mesure où vous semblez intervenir sur le territoire français).

Une fois listés les droits en présence nous allons maintenant étudier les possibilités d'actions contre la société ainsi que les risques encourus par votre entité.

1. MOYENS D'ACTIONS DE VOTRE ENTITE A L'ENCONTRE DU DEPOT n° 9569872

Vous détenez des droits antérieurs à ce dépôt via votre dénomination et votre nom commercial.

L'actuel article L. 714-3 par envoi à L. 711-3 du code de la propriété intellectuelle (CPI) prévoit que peut être déclarée nulle une marque portant atteinte à :

- une dénomination sociale antérieure, s'il y a risque de confusion (on comparera votre dénomination et la marque qui sont identiques, de même que l'activité réelle exercée sous la dénomination avec le libellé de la marque, ce qui devrait permettre de contester, en classe 36 les « estimations immobilières et gérance de biens immobiliers » et éventuellement la classe 42, ces services de décoration pouvant être complémentaires de la conciergerie).
- un nom commercial, dont la portée n'est pas seulement locale, s'il y a risque de confusion (même schéma que ci-dessus avec prise en compte de l'activité réelle). Par essence un nom commercial est local, il faudra donc démontrer son usage sur tout le territoire.
- un nom de domaine selon qu'il existe un risque de confusion comme exposé ci-dessus et que vous confirmez son exploitation.

S'agissant des modalités de cette action alors que jusqu'alors une telle démarche n'était possible que devant les Tribunaux de grande instance (TGI) compétents, l'ordonnance du 13 novembre 2019 prévoit, à compter du 1^{er} avril 2020, la compétence à l'INPI pour les demandes de nullité pour motifs relatifs portant notamment sur une dénomination sociale, un nom commercial, un nom de domaine.

Si cette marque venait à être enregistrée, nous vous conseillons d'attendre le 1^{er} avril afin d'agir devant l'INPI.

En effet, la procédure sera moins coûteuse et moins longue que celle actuellement prévue.

Il n'y aura plus besoin de démontrer un intérêt à agir plusieurs droits antérieurs peuvent être invoqués s'ils appartiennent au même titulaire.

La prescription légale est supprimée.

A noter que seul le titulaire du droit ou des droits antérieur(s) pourra agir sur la base de ses droits.

Pour votre complète information, il ne nous sera pas possible d'agir en opposition contre le dépôt 9569872 (délai jusqu'au 20 janvier). En effet, celui-ci ayant été déposé avant le 11 décembre 2019, il est régi par le système d'avant l'ordonnance du 13 novembre 2019 ne prévoyant pas la possibilité de former opposition sur la base d'une dénomination sociale d'un nom commercial ou d'un nom de domaine contrairement aux nouvelles dispositions.

On pourrait, par ailleurs intervenir contre la marque 5645866 pour en demander la déchéance sous réserve qu'elle soit enregistrée depuis plus de 5 ans, l'action ouverte devant l'INPI à compter du 1^{er} avril n'envisageant pas d'intérêt à agir en ce sens.

Toujours au titre de la nullité, vous pourriez invoquer le dépôt effectué de mauvaise foi notamment en classe 42, potentiellement liée à la conciergerie, secteur dans lequel la société 1 pouvait savoir que vous interveniez (à ce titre rappelons que la récente jurisprudence Union Européenne (Koton (Affaire C-104/18 P) et Suprême) a considéré qu'il pouvait y avoir mauvaise foi pour des produits non similaires à ceux du demandeur on pourrait imaginer une transposition à l'activité de la société).

2. RIPOSTE POSSIBLE DE LA SOCIETE 1

- Tout d'abord à titre préliminaire, on remarquera qu'elle ne pourra pas, si vous agissez dans un délai raisonnable, contester l'action en nullité en vous opposant la forclusion par tolérance (on note qu'à compter du 1^{er} avril 2020 cette action devient imprescriptible). Elle devrait pour cela apporter la preuve que vous avez eue connaissance de sa marque pendant 5 années et l'avez tolérée.

Une action dans un délai raisonnable permettrait de ne pas prendre ce risque, de même que la mauvaise foi lors du dépôt.

- Elle pourrait ensuite vous attaquer en contrefaçon de sa marque du fait de l'usage :
 - dans la vie des affaires (activité commerciale visant à un avantage économique),
 - après la publication de la marque 5645866,
 - d'un signe (dénomination et nom commercial),

portant à confusion avec son droit (signe identique, secteur identique ou similaire) et portant atteinte à une fonction de la marque, en l'occurrence la fonction d'indication d'origine, en ce que le public pourra être amené à croire que votre entité et l'entité détentrice de la marque sont liées.

- Elle pourrait aussi former une action UDRP (Principes directeurs régissant le règlement uniforme des litiges relatifs aux noms de domaine) contre le site wallfulcabri.com (devant la cour d'arbitrage de l'ICANN : Internet corporation for assigned names and numbers – en français : société pour l'attribution des noms de domaine et des numéros sur Internet) si elle démontre :
 - que ce nom de domaine porte à confusion avec sa marque,
 - que vous n'avez pas d'intérêt légitime à le détenir (ce que nous contestons au vu de vos dénominations et noms commerciaux),
 - que le nom a été enregistré et est utilisé de mauvaise foi (ce qui peut être prouvé indépendamment de toute exploitation).

Mais là encore vos droits antérieurs à la réservation plaideraient en votre faveur.

Enfin, à titre liminaire et pour votre complète information, veuillez noter que si votre société envisageait à son tour de déposer une marque en relation avec le secteur immobilier (malgré les risques encourus, vous ne pourriez interdire l'usage des noms patronymiques Wallful & Cabri des dirigeants de la société 1 dans la mesure où l'enregistrement d'une marque ne fait pas obstacle à l'utilisation d'un signe identique comme dénomination, nom commercial lorsque cette utilisation est soit antérieure à l'enregistrement, soit le fait d'un tiers de bonne foi.

Au vu des éléments énoncés ci-dessus une intervention contre la société 1 ne serait donc pas dénuée de risques et une intervention contentieuse est déconseillée au profit d'une tentative de négociation pour une amiable coexistence.

En espérant avoir répondu à vos interrogations.

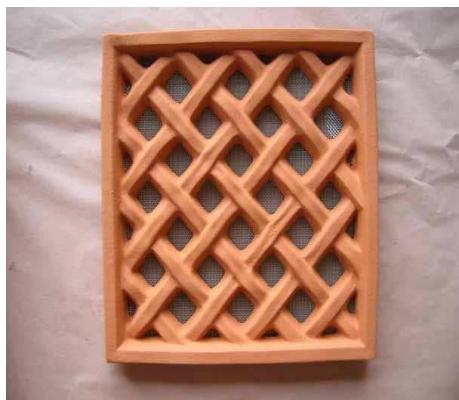
Bien cordialement.

XXX

SUJET QUATRIEME EPREUVE ECRITE

Monsieur Joseph Golem, dirigeant de la société Nivernaise de Terres Cuites, spécialisée dans les équipements du bâtiment, vient vous consulter.

Il vous expose que sa société a conçu une grille d'aération en terre cuite particulièrement adaptée aux constructions du sud de la France :



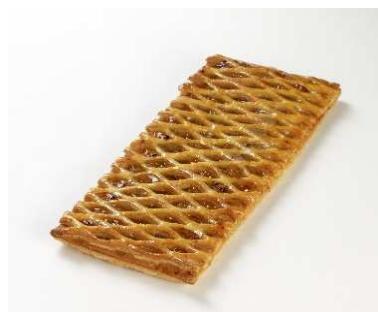
Il précise que :

- La surface vide des croisillons est légèrement supérieure aux parties constituées par ceux-ci afin de permettre un échange thermique optimal,
- La section légèrement trapézoïdale des croisillons permet de limiter le bruit lors de la circulation de l'air,
- La dimension de la grille permet de l'adapter aux canalisations de circulation d'air des maisons traditionnelles du sud de la France.

Il compte exposer cette grille au salon Batimat qui doit se dérouler le mois prochain (du 15 au 18 février 2020). Il sait, pour l'avoir montrée à un client de Hong Kong, lors d'une présentation de ses travaux de recherche et développement à Hong Kong le 10 octobre 2019, que cette grille est de nature à intéresser le secteur de la construction bien au-delà des frontières françaises.

1. Quelles sont les modalités de protection envisageables dont vous feriez part à votre client?

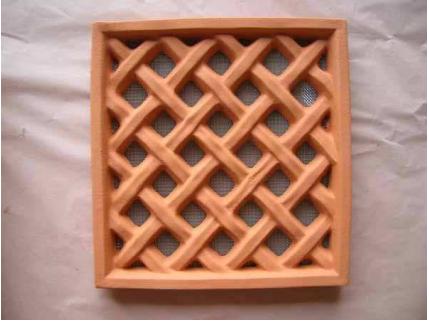
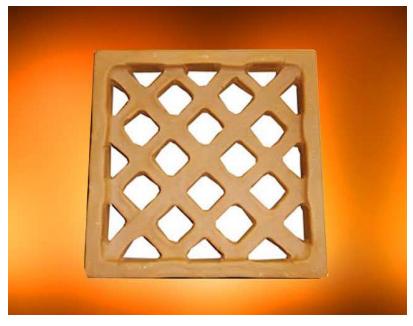
2. En supposant, quelle que soit la réponse que vous avez apportée à la première question, que la société Nivernaise de Terres Cuites a déposé le 15 novembre 2019 ce modèle à l'EUIPO sous le n°0001234, il s'avère qu'un stagiaire du département juridique de cette société a été chargé de vérifier la solidité des droits de propriété industrielle de celle-ci dans le cadre d'un audit. Ce stagiaire a donc effectué une recherche d'antériorités et constaté que le site www.mademoiselledesserts.com dans sa version consultable sur www.archive.org du 27 novembre 2019 (date à laquelle le site a changé de contenu) fait apparaître l'image suivante, qui provient d'un livre de recettes (« les secrets culinaires de Maman ») dont la date d'édition, visible par le ©, est 1998.



(Annexe 1)

Monsieur Joseph Golem, très ennuyé, vous demande si cette antériorité est de nature à remettre en cause la validité de son modèle dont il estime qu'il est un actif important de son portefeuille de titres de propriété industrielle. Que lui répondez-vous ?

3. Quelle que soit la manière dont vous avez répondu aux précédentes questions, vous devez maintenant considérer que la société Nivernaise de Terres Cuites vient vous consulter en vous indiquant être titulaire du modèle n° 0001234, déposé le 15 novembre 2019, et en précisant qu'elle a constaté que l'une de ses concurrentes, la société des Argiles de Provence, propose dans ses catalogues et sur son site une grille d'aération d'aspect voisin :

Modèle n° 0001234 de Nivernaise de Terres Cuites	Produit Argiles de Provence
	

Monsieur Joseph Golem a lui-même acheté le 28 novembre 2019 un exemplaire de la grille d'aération de la société des Argiles de Provence dans la boutique d'exposition que celle-ci tient à Saint Rémy de Provence, cet achat ayant été constaté par un huissier resté en dehors des locaux. Le Procès-Verbal établi par l'huissier précise que Monsieur Golem est entré dans la boutique les mains vides et est ressorti dix minutes après, porteur d'un sac en papier contenant une grille d'aération et un ticket de caisse comportant la dénomination sociale « Les Argiles de Provence », un prix, l'indication « grille d'aération terre cuite » et une référence numérotée. Concernant le prix, Monsieur Golem vous précise qu'il est 15 % inférieur à celui d'une grille d'aération de la société Nivernaise de Terres Cuites.

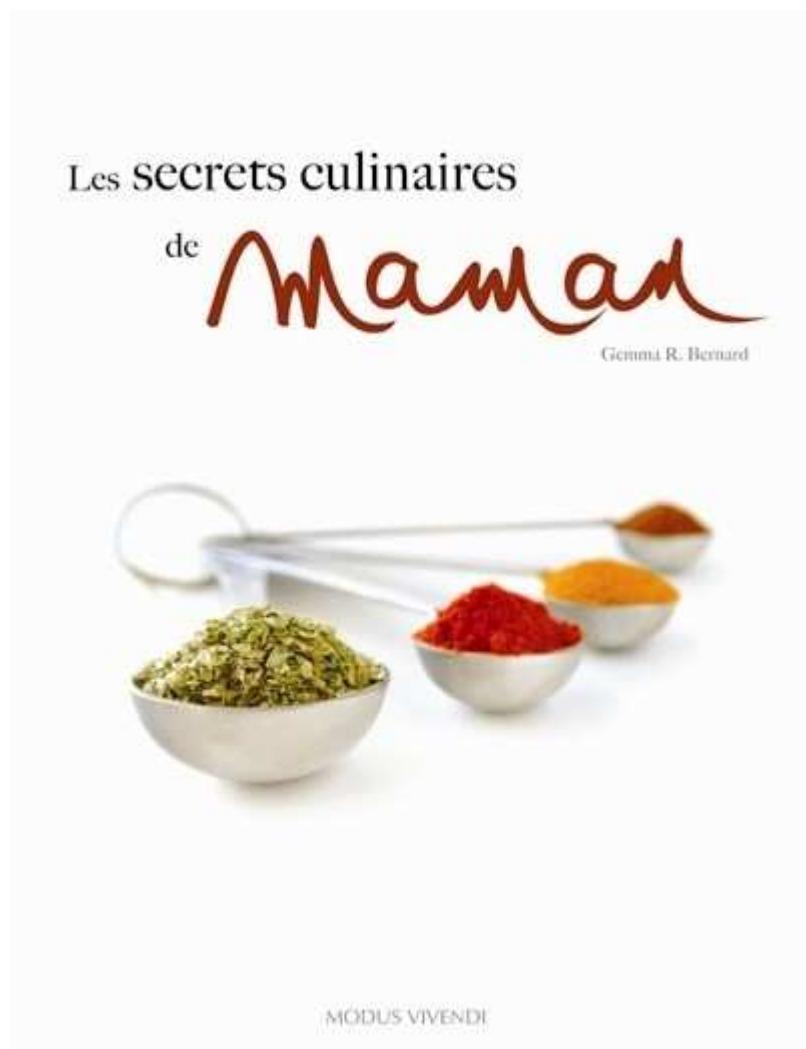
Votre client envisage d'agir à l'encontre de la société Argiles de Provence pour faire cesser cette commercialisation. Quel est votre conseil à la société Nivernaise?

4. Quelle que soit la manière dont vous avez répondu aux questions précédentes, vous êtes à présent amené à considérer les éléments suivants : une procédure a été introduite par assignation du 20 décembre 2019 en contrefaçon de dessin et modèle communautaire devant le TGI de Paris par la société Nivernaise de Terres Cuites et deux évènements se produisent :

- Monsieur David Pétri intervient volontairement à l'instance : il indique avoir été le directeur de la fabrication de la société Nivernaise de Terres Cuites jusqu'en juin 2019, date à laquelle il a démissionné pour créer avec sa femme la société des Argiles de Provence dont il est le directeur général : il se présente comme le véritable créateur de la grille ayant donné lieu au dépôt du modèle communautaire n° 0001234,
- Les défendeurs saisissent le juge de la mise en état d'une exception d'incompétence en faisant valoir qu'ils ont leur domicile dans le ressort du tribunal de grande instance d'Avignon.

Monsieur Joseph Golem est très inquiet face à cette défense : que vous lui répondez-vous quant aux chances de succès de ses adversaires ?

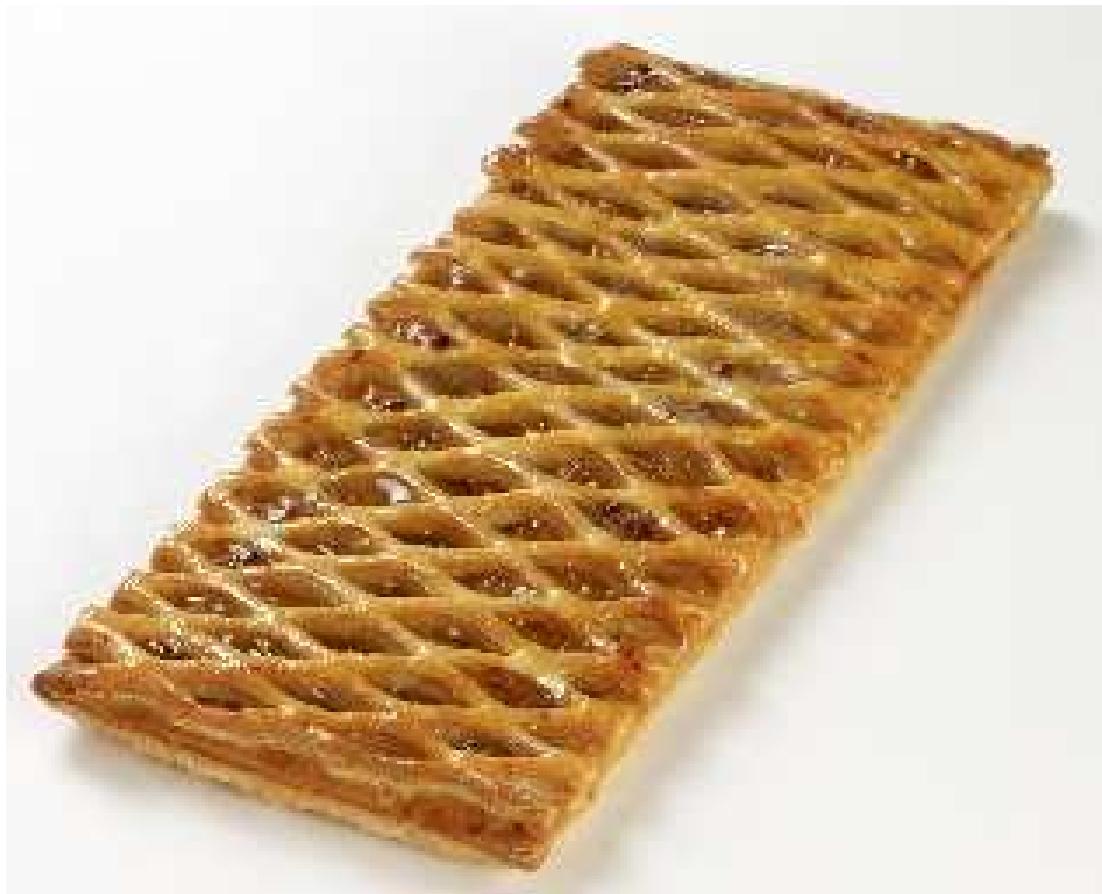
1 annexe



© 1998

TARTES BANDES

Un format bande à partager, disponible en feuillettage sucré pour plus de croustillance après cuisson !



© 1998 – page 19

Réponse d'un candidat

Note attribuée à cette copie 16/20

Cher Monsieur,

Nous vous invitons à trouver ci-après nos commentaires et recommandations relatifs à l'ensemble de vos questions et documents que vous nous avez communiqués.

QUESTION 1 : Quelles sont les modalités de protection envisageables ?

Le produit en question est une grille d'aération en terre cuite. Il s'agit d'un objet industriel ou artisanal présentant certaines caractéristiques techniques et de forme ou d'ornementation.

Veuillez noter qu'en ce qui concerne les éléments purement techniques (exemple : surface vide des croisillons pour permettre un échange thermique optimal...), une protection est envisageable sur le terrain des brevets, lesquels protègent les inventions, à condition que celles-ci soient nouvelles et présentent un caractère inventif (ce qu'il conviendrait de vérifier avec nos collaborateurs ingénieurs).

En ce qui concerne la forme, nous vous signalons plusieurs types de protections possibles. La forme d'un produit peut, selon les dispositions du code de la propriété intellectuelle (CPI), être privilégiée à titre de marque. Cependant, les marques de « forme » ou en « 3D » sont plus difficiles à protéger dans la mesure où le public (consommateur moyen en général) à moins pour habitude d'identifier l'origine commerciale d'un produit par sa forme, au contraire des marques verbales. La question de la distinctivité de ces marques est donc souvent remise en cause. Par ailleurs, si la forme est exclusivement liée au résultat technique ou si elle confère sa valeur substantielle au produit, la marque sera jugée invalide. Cette protection semble donc moins adaptée à votre produit.

En revanche, une protection pourrait plus sérieusement être recherchée par le biais de la législation sur les dessins et modèles industriels qui s'applique à tout objet industriel et artisanal. Le droit des dessins et modèles vise à protéger « l'apparence » de ce produit (lignes, contours, couleurs, formes, texture, matériaux du produit). En application du principe de l'unité de l'art, la création de l'art appliquée (exemple : une grille d'aération en terre cuite telle que la vôtre) peut également bénéficier de la protection par le droit d'auteur.

Les conditions et modalités de protection sont distinctes entre ces deux types de droit. Le droit d'auteur naît du seul fait de la création, sans formalité de dépôt. Le plus difficile est de se ménager la preuve de la paternité et la date de création. Nous vous remercions de bien vouloir nous indiquer si des documents datés comportant le modèle ont été conservés dans des archives ou si d'autres démarches ont été effectuées (ex : sérigraphies du produit dans une enveloppe Soleau). L'avantage, en revanche, de la protection par le droit des dessins et modèles, est que la naissance du droit s'acquiert par le dépôt auprès d'un office (INPI, EUIPO) ce qui permet de « prendre date » et de bénéficier d'une présomption de titularité des droits.

Par ailleurs, les conditions de protection sont différentes. La protection par le droit d'auteur est accordée à toute œuvre « originale », c'est-à-dire toute création portant l'empreinte de la personnalité de l'auteur (notion source « d'interprétation » et de nombreux contentieux). Par ailleurs, seul le juge judiciaire détermine si la création bénéficie du droit d'auteur et le créateur doit décrire les éléments caractérisant l'originalité, ce qui pose certaines contraintes et insécurités.

Au contraire, la législation sur les dessins et modèles accorde une présomption de validité au modèle enregistré. L'INPI et l'EUIPO ne vérifient pas que les conditions de nouveauté et caractère « propre » (droit français) ou caractère « individuel » (droit de l'Union européenne) sont satisfait. Il est donc plus intéressant d'effectuer un dépôt de dessins et modèles pour bénéficier d'un titre présumé valide plutôt que de compter uniquement sur le droit d'auteur.

Bien entendu, certains risques existent au niveau de la validité de votre modèle (a posteriori) notamment en ce qui concerne les caractéristiques techniques. En effet, la protection n'est pas accordée sur les caractéristiques de l'apparence d'un produit qui sont exclusivement imposée par sa fonction technique.

Nous vous conseillons d'effectuer un dépôt au niveau communautaire directement (devant l'EUIPO) afin d'obtenir une protection sur l'ensemble des 28 états membres. En effet, le dépôt d'un dessin et modèle français (devant l'INPI) présente peu d'intérêt dans votre cas dans la mesure, d'une part, où des antériorités peuvent être invoquées par des tiers dans tous pays (pas de limitation dans l'espace). Par conséquent le dépôt auprès de l'EUIPO ne présente en soi pas plus de risques. Par ailleurs, et surtout, votre modèle a vocation à être exposé et commercialisé au-delà des frontières françaises.

Avant de procéder au dépôt, il conviendra de vérifier certains points :

- effectuer, si vous le souhaitez, une recherche d'antériorité (qui ne sera toutefois pas exhaustive compte tenu de l'absence de limite temporelle, géographique et des supports pourront constituer un droit antérieur opposable),

- s'assurer que les droits sur le modèle appartiennent bien à votre société. L'article 14 du Règlement communautaire prévoit en principe la titularité en faveur de l'employeur, sauf législation salariale contraire. En France, et en vertu du principe de l'unité de l'art, le créateur salarié, ou les créateurs, sont en principe les titulaires du droit d'auteur (sauf cas particulier de l'œuvre collective, ce qui est souvent le cas pour les créations de l'art appliqué, et qui fait bénéficier l'entreprise des droits de l'auteur ab initio). Il conviendrait de vérifier si la cession des droits d'auteur à votre société a bien été prévue et de nous le confirmer.
- nous vous mettons en garde contre toute divulgation de votre modèle, que ce soit vis-à-vis d'un client dans la cadre de présentation de travaux de recherches ou dans le cadre d'une exposition dans un salon.

Une divulgation faite à un client peut ne pas être considérée comme une divulgation faite sous condition de secret (les personnes tenues au secret sont le plus souvent des salariés de votre entreprise ou des partenaires commerciaux qui interviennent avec vous pour la conception, fabrication du modèle avec éventuellement une clause de confidentialité dans leur contrat).

La divulgation faite à un client ainsi que celle effectuée dans un salon professionnel est considérée comme une « auto-divulgation » à laquelle s'appliquera un délai de grâce de 12 mois pour procéder au dépôt du modèle.

Par conséquent nous vous conseillons de déposer votre modèle avant le 10 octobre 2020 (date de la dernière auto-divulgation).

QUESTION 2 : cette antériorité est-elle de nature à remettre en cause la validité du modèle ?

Le modèle a été déposé le 15 novembre 2019. Un stagiaire de votre société a effectué une recherche d'antériorité pour vérifier la solidité des droits.

Dans un premier temps, et comme expliqué ci-avant, nous attirons votre attention sur le fait qu'une « recherche de disponibilité » en matière de dessins et modèles ne saurait être exhaustive, tant les modalités de protection sur « l'apparence des produits » sont diverses (marques, dessins et modèles, droit d'auteur...) et que les droits antérieurs qui peuvent être invoqués vont au-delà des frontières de l'Union européenne et sont illimités dans le temps.

Nous pourrions toutefois, et si vous le souhaitez, compléter la recherche de votre stagiaire par une recherche à minima parmi les marques (3D, figuratives) et les dessins et modèles, éventuellement accompagné d'une recherche via Google images.

Nous attirons ensuite votre attention sur le point concernant la divulgation du modèle de « tarte feuilletée » reprise sur le site internet.

Veuillez noter que la divulgation peut se faire :

1. par tout moyen (catalogues, magazines, livres, extraits de sites internet),
2. à condition d'avoir une date antérieure au dépôt du modèle postérieur,
3. sauf si les faits, dans la pratique normale des affaires, ne pourraient être raisonnablement des milieux spécialisés du secteur concerné opérant dans la communauté.

1. Potentiellement un extrait du site web tel que celui présenté, comprenant la reproduction d'un modèle de tarte feuilletée publiée dans un livre peut constituer en l'espèce un moyen de divulgation.
2. Est-ce que la capture d'un extrait du site d'archives www.archive.org permet de satisfaire l'exigence de date certaine ? Cette question a été débattue en jurisprudence, qui tend à l'admettre dans la mesure où la société qui gère ce site a un fonctionnement qui est bien connu aujourd'hui et qui présente une certaine garantie de fiabilité quant à la date de diffusion de diffusion des informations.
3. On peut considérer qu'il est dans la pratique normale des affaires de faire des recherches sur l'Internet pour vérifier si un projet de modèle n'existe pas déjà. Par ailleurs, selon la jurisprudence (NIVELLES (1)), le secteur concerné n'est pas limité aux produits dans lequel est incorporé le modèle. Par conséquent un professionnel du secteur du bâtiment peut avoir connaissance de formes identiques ou similaires quel que soit le secteur concerné (et pourquoi pas le domaine de la boulangerie-pâtisserie) notamment dans le cadre d'une recherche comme l'Internet.

Or il apparaît que le produit en question a été publié dans le livre de recettes en « 1998 ». Même si la date n'est pas tout à fait précise, elle donne toutefois une indication sur l'antériorité et pourrait être admise comme preuve en cas de conflit porté devant une instance administrative ou judiciaire. Peu importe si le site a entre-temps changés de contenus. La divulgation est opérée dès la première mise à disposition au public. La reproduction de modèle de tarte fait partie du fond commun de l'art antérieur.

La question qui se pose ensuite est de savoir si votre modèle peut être invalidé sur le fondement :

- de l'absence de nouveauté,
- de l'absence de caractère individuel

Selon le droit de l'Union européenne (article 5 règlement communautaire) un dessin et modèle est considéré comme nouveau si aucun dessin ou modèle « identique » n'a été divulgué au public avant la date de dépôt de la demande d'enregistrement du dessin ou modèle.

Des dessins ou modèles sont considérés comme identiques lorsque leurs caractéristiques ne diffèrent que par des détails insignifiants.

Il y a lieu tout d'abord de préciser que la simple « transposition d'un secteur à un autre » ou le « changement de destination » d'un produit à un autre n'est pas de nature à conférer au modèle un caractère nouveau (sur la base de ce seul critère).

Un modèle de tarte pourrait donc par hypothèse être identique à un modèle de grille d'aération.

Or en l'espèce, les différences entre les modèles ne nous semblent pas insignifiantes, notamment au niveau de la forme globale (carrée pour la grille, rectangulaire pour la tarte) et surtout des croisillons.

Par conséquent, nous pensons que votre modèle devrait être considéré comme nouveau.

Il reviendra ensuite à la partie adverse de démontrer que votre modèle ne respecte pas la condition de caractère individuel, c'est-à-dire que l'impression globale qu'il produit sur l'utilisateur averti n'est pas différentes de celle qu'elle produit sur un tel utilisateur (la tarte feuilletée).

(1) CJUE - C-361/15 P - Easy Sanitary Solutions / Group Nivelles et EUIPO

La jurisprudence a longtemps appliqué le test en 4 étapes pour déterminer si le modèle contesté présente ou non un caractère individuel. Ce test est appliqué de manière résiduelle aujourd’hui pour le traité sur l’Union européenne (TUE) mais reste appliqué par l’EUIPO dans ces récentes décisions.

Les points analysés sont les suivants :

- le secteur des produits concernés,
- l’utilisateur averti,
- le degré de liberté du créateur dans la conception du modèle,
- la synthèse de la comparaison des modèles.

L’utilisateur averti est une personne dotée d’une vigilance particulière en raison de son expérience et sa connaissance de l’art antérieur. Il s’agit de déterminer, au vu des ce personnage de référence, si le modèle de grille d’aération lui prouve une « impression » de déjà vu par rapport à des modèles antérieurs et identifiés.

L’utilisateur averti d’un modèle de grille d’aération est un professionnel des secteurs du bâtiment. Dans ce domaine, le degré de liberté de création semble relativement limité, notamment par les contraintes techniques que vous avez citées.

Il nous semble donc que les différences de formes, de contour (et notamment les croisillons) entre la grille et la tarte sont des différences qui ne passeront pas inaperçues aux yeux de l’utilisateur averti.

Par conséquent, le risque de remise en cause de votre modèle sur la base du modèle antérieur invoqué (tarte feuilletée) existe mais nous aurions des arguments pour vous défendre.

QUESTION 3 : Votre client envisage d’agir à l’encontre de la société Argiles de Provence pour faire cesser cette commercialisation. Quel est votre conseil à la société Nivernaise?

Votre modèle a été déposé le 15 novembre 2019.

En premier lieu, il s’agira de vérifier si la société Argiles de Provence a protégé sa grille d’aération pour :

- un dépôt de marque antérieur,
- un dépôt de modèle antérieur.

On peut bénéficier d’un droit d’auteur antérieur suite à une publication à son nom (de manière non équivoque) avant le dépôt de votre modèle.

Il conviendra notamment de vérifier à quelle date le modèle voisin a été publié dans son catalogue et sur son site internet.

S’il s’avère que vous bien titulaire d’un droit antérieur opposable (plus le droit d’auteur ou le dépôt de votre modèle) vous pourrez envisager une action en contrefaçon car l’article 19 du règlement communautaire confère un droit sur le modèle et le protège contre toute « utilisation » (incluant les reproductions dans des catalogue ou internet).

La condition toutefois pour enclencher l'action est que votre modèle soit publié (et donc enregistré) pour qu'il soit valablement opposable (ce que nous devons vérifier).

Il serait intéressant, voire nécessaire, de se ménager la preuve de la contrefaçon.

Un constat d'achat a été effectué par vous-même. La jurisprudence a déjà considéré qu'un constat effectué par un dirigeant d'entreprise n'était pas valable dans la mesure où le dirigeant n'est pas une personne « tierce » au requérant (présentant la garantie d'indépendance). Par conséquent le constat pourrait être remis en cause.

Nous vous conseillons plutôt d'effectuer une saisie contrefaçons par le biais d'un huissier de justice au siège de la société ou dans tout autre établissement de la société adverse.

Une mise en demeure peut ensuite être adressée pour tenter d'obtenir la cessation volontaire des utilisations ou commercialisations du modèle contesté (avec toutefois le risque d'une remise en cause de la validité de votre modèle).

Une action en contrefaçon fondée sur l'article 10 aura pour but de déterminer que le modèle adverse ne présente pas une impression globale différente en tenant compte de la liberté du créateur, qui semble faible en l'espèce.

Une action en concurrence déloyale peut être initiée en parallèle sous réserve de démontrer des faits distincts (veuillez noter que leur prix plus faible de 15 % pourrait ne pas être considéré comme étant un acte de concurrence déloyale, si ce prix n'est pas déraisonnable).

Bien entendu, une action en contrefaçon ou concurrence déloyale (ou encore d'une action reconventionnelle en nullité sur le fondement notamment des modèles exclusivement techniques).

QUESTION 4 : Monsieur Joseph Golem est très inquiet face à cette défense : que lui répondez-vous quant aux chances de succès de ses adversaires ?

Il nous semble que la procédure « d'intervention volontaire » à l'instance ne peut être invoquée pour revendiquer la propriété d'un dessin ou modèle. En effet, une procédure de revendications de propriété est prévue par les dispositions des articles 14 et 15 lus en combinaison (du règlement communautaire).

En tout état de cause, l'article 14 prévoit une présomption de titularité en faveur de l'entreprise dans le cadre des créations de salariés, sauf législation ou conventions contraires.

En application de l'unité de l'art, les œuvres salariées appartiennent au salarié sauf cas de l'œuvre collective, ce qui pourrait être le cas en l'espèce. L'entreprise Nivernaises de Terres Cuites pourrait alors être considérée comme le titulaire des droits.

Autre possibilité, il conviendrait de vérifier que les droits ont bien été cédés à la société Nivernaises de Terres Cuites.

En ce qui concerne la compétence du tribunal, la loi française prévoit une compétence exclusive du Tribunal de grande instance de Paris pour les actions en contrefaçon de dessins et modèles communautaires.

Par conséquent le tribunal d'Avignon est incompétent.

XXX

NATURE DES EPREUVES ORALES

Les épreuves orales portent sur l'analyse et la discussion d'un problème juridique relatif à l'application du droit français, des conventions internationales, des règlements et directives communautaires et des principaux droits étrangers (*).

Première épreuve

En matière de droit des marques, signes distinctifs, y compris noms de domaine, concurrence déloyale et agissements parasites

() pour la session 2020 la liste des droits étrangers était la suivante :*

Etats-Unis d'Amérique

République populaire de Chine

Deuxième épreuve

En matière du droit des dessins et modèles, y compris en droit d'auteur ; des questions de déontologie professionnelle peuvent être soulevées dans le cadre de cette épreuve

() pour la session 2020 la liste des droits étrangers était la suivante :*

Etats-Unis d'Amérique

République populaire de Chine

DÉROULEMENT DES ÉPREUVES ORALES

Pour cette épreuve, il est en général remis au candidat soit un cas pratique, soit une question accompagnée ou non d'une décision de justice, soit une décision de justice à commenter.

Il est demandé d'exposer les problèmes juridiques.

Le candidat dispose d'une heure pour préparer le sujet qui est traité devant le jury pendant environ 20 minutes.

Lorsque l'exposé est terminé, le jury peut interroger sur les points qui lui semblent devoir être précisés ou complétés et sur toutes questions annexes juridiques sur lesquelles il souhaite entendre le candidat,

La durée totale de l'entretien est de 30 minutes.

SUJET PREMIERE EPREUVE ORALE

Votre client souhaite déposer à titre de marque et utiliser le signe



pour désigner les produits suivants en classe 32 :

« Bières ; boissons énergisantes ; produits à boire à base de lactosérum; boissons hypertoniques et hypotoniques ; produits à boire isotoniques; pastilles pour produits à boire effervescents ; poudres pour produits à boire effervescents. »

Dans le cadre de ses recherches préliminaires, il a relevé l'existence de la marque



enregistrée au nom de la société Nestlé pour désigner les produits suivants en classe 30 :

« Chocolat, produits de chocolaterie, pâtes de chocolat, pâtes à tartiner, préparations et boissons à base de chocolat ; confiserie, sucreries, bonbons ; biscuits, gâteaux, gaufrettes, caramels mous; gâteaux glacés, desserts glacés, céréales pour petit déjeuner, barres de céréales ».

Votre client vient vous consulter car il s'interroge sur le risque de réclamation de la société Nestlé sur la base de cette marque et, de ce fait, sur la faisabilité de son projet.

Il vous est demandé d'exposer à votre client :

- (i) les arguments que la société Nestlé pourrait développer en cas d'opposition/litige et
- (ii) ses chances d'obtenir gain de cause dans le cadre d'une telle procédure.

Eléments de réponse

↳ Pour Nestlé

- Appréciation du risque de confusion entre les éléments figuratifs et incidence de la présence du terme « LION » renvoyant à l'élément figuratif
- Marque antérieure jouissant d'une renommée (Article L. 712-4 CPI / L. 713-3 CPI)
- Incidence de la renommée sur l'appréciation de la similarité entre les produits.

↳ Pour le client

- Différences visuelles et phonétiques
- Absence de protection d'un genre
- Application du critère d'interdépendance

SUJET PREMIERE EPREUVE ORALE

Madame Inès Reghiova, dite Inès Reg, est une jeune humoriste qui a publié une vidéo, en août 2019, dans laquelle elle parodie une dispute avec son conjoint Kevin. Dans la vidéo, une phrase ressort : « *C'est quand que tu vas mettre des paillettes dans ma vie, Kevin ?* ». Cette phrase a été reprise des dizaines de milliers de fois et a fait le « buzz » pendant des semaines sur les réseaux sociaux à tel point que l'expression est devenue culte.

Voyant se multiplier les usages non autorisés par des tiers, pour parodier son sketch sur les réseaux sociaux, et par de nombreuses marques voulant surfer sur le buzz à des fins commerciales, telles que McDonald's, Leroy Merlin, Interflora, E. Leclerc ou encore Kiabi (ex. « *Je veux que tu mettes des paillettes dans ma vie* »), Madame Inès Reghiova a souhaité tenter de contrer ces usurpations sauvages.

Elle a donc déposé les 22 et 26 septembre 2019 les marques « *c'est quand que tu vas mettre des paillettes dans ma vie, Kevin ?* » et « *des paillettes dans ma vie* » auprès de l'INPI pour de nombreux produits et services (dépôts n° 4583676 et 4585135 dont copie ci-jointes). Ces marques ont été enregistrées.

Afin d'éviter une polémique sur ces dépôts et se défendre de toute exploitation commerciale de son propre buzz, Madame Inès Reghiova a précisé dans de nombreuses interviews : « *On n'est pas là pour faire du business mais pour assurer le respect de la création artistique* ».

La société Bizzbee, célèbre enseigne de vêtements pour jeunes femmes qui compte 70 boutiques, toujours à l'affût des tendances, a lancé début septembre 2019 une campagne marketing par sms : « *Tu veux mettre des paillettes dans ta vie ? On t'offre 10 euros dès 30 euros d'achats* » et a mis en vente une collection éphémère de tee-shirts avec la même phrase sur la période du 15/09/2019 au 15/10/2019.



La société Bizzbee a reçu une lettre de mise en demeure le 30 septembre 2019 de la part du conseil de Madame Inès Reghiova à laquelle elle n'a pas répondu. Cette dernière l'a donc assignée sur les fondements de l'article L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle.

La société Bizzbee vous consulte pour défendre ses intérêts dans le cadre de cette action et vous demande quels arguments elle pourrait invoquer en défense.

Annexe 1 : Marque n° 4583676

Annexe 2 : Marque n° 4585135



INSTITUT NATIONAL
DE LA PROPRIÉTÉ
INDUSTRIELLE

Bases de données Marques

Notice complète

1 résultats trouvés pour votre requête : **kevin paillette, dans les marques en vigueur en France**

- Notice complète

Marque française

C'est quand que tu vas mettre des paillettes dans ma vie, Kevin ?

Marque : C'est quand que tu vas mettre des paillettes dans ma vie, Kevin ?

Type : Marque Verbale

Informations complémentaires :

- Demande d'extension : Polynésie française

Classification de Nice : 3 ; 5 ; 6 ; 7 ; 9 ; 11 ; 12 ; 14 ; 15 ; 16 ; 18 ; 20 ; 21 ; 22 ; 24 ; 25 ; 26 ; 27 ; 28 ; 29 ; 30 ; 31 ; 32 ; 33 ; 34 ; 35 ; 36 ; 37 ; 38 ; 39 ; 40 ; 41 ; 42 ; 43 ; 44 ; 45

Produits et services

- 3 Lessives ; préparations pour polir ; préparations pour dégraissier ; préparations pour abraser ; savons ; parfums ; huiles essentielles ; cosmétiques ; lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ; produits pour la conservation du cuir (cirages) ; crèmes pour le cuir ;
- 5 Produits pharmaceutiques ; produits vétérinaires ; produits hygiéniques pour la médecine ; savons désinfectants ; savons médicinaux ; shampoings médicamenteux ; dentifrices médicamenteux ; aliments diététiques à usage médical ; aliments diététiques à usage vétérinaire ; aliments pour bébés ; compléments alimentaires ; articles pour pansements ; matières pour plomber les dents ; matières pour empreintes dentaires ; désinfectants ; produits antibactériens pour le lavage des mains ; produits pour la destruction des animaux nuisibles ; fongicides ; herbicides ; préparations pour le bain à usage médical ; culottes hygiéniques ; serviettes hygiéniques ; préparations chimiques à usage médical ; préparations chimiques à usage pharmaceutique ; herbes médicinales ; tisanes ; parasiticides ; alliages de métaux précieux à usage dentaire ;
- 6 Métaux communs et leurs alliages ; matériaux de construction métalliques ; constructions transportables métalliques ; matériaux métalliques pour les voies ferrées ; câbles et fils métalliques non électriques ; quincaillerie métallique ; tuyaux métalliques ; minerais ; constructions métalliques ; échafaudages métalliques ; boîtes en métaux communs ; récipients d'emballage en métal ; monuments métalliques ; objets d'art en métaux communs ; statues en métaux communs ; figurines en métaux communs ; plaques d'immatriculation métalliques ;
- 7 Machines-outils ; moteurs (à l'exception des moteurs pour véhicules terrestres) ; accouplements et organes de transmission (à l'exception de ceux pour véhicules terrestres) ; instruments agricoles autres que ceux actionnés manuellement ; distributeurs automatiques ; machines agricoles ; machines d'aspiration à usage industriel ; machines à travailler le bois ; manipulateurs industriels (machines) ; machines d'emballage ; pompes (machines) ; perceuses à main électriques ; tournevis électriques ; tondeuses (machines) ; boulodézeurs ; broyeurs (machines) ; centrifugeuses (machines) ; ascenseurs ; machines à coudre ; machines à tricoter ; repasseuses ; lave-linge ; machines de cuisine électriques ; couteaux électriques ; machines à trier pour l'industrie ; scies (machines) ; robots (machines) ; machines à imprimer ; foreuses ; élévateurs ;
- 9 Appareils et instruments scientifiques ; appareils et instruments nautiques ; appareils et instruments géodésiques ; appareils et instruments photographiques ; appareils cinématographiques ; appareils et instruments optiques ; appareils et instruments de pesage ; instruments et appareils de mesure ; appareils et instruments de signalisation ; appareils et instruments de vérification (contrôle) ; appareils et instruments pour l'enseignement ; appareils pour l'enregistrement du son ; appareils pour la transmission du son ; appareils pour la reproduction du son ; appareils d'enregistrement d'images ; appareils de transmission d'images ; appareils de reproduction d'images ; supports d'enregistrement

- numériques ; mécanismes pour appareils à prépaiement ; caisses enregistreuses ; machines à calculer ; équipements de traitement de données ; ordinateurs ; tablettes électroniques ; ordiphones [smartphones] ; liseuses électroniques ; logiciels de jeux ; logiciels (programmes enregistrés) ; périphériques d'ordinateurs ; détecteurs ; fils électriques ; relais électriques ; combinaisons de plongée ; gants de plongée ; masques de plongée ; vêtements de protection contre les accidents, les radiations et le feu ; dispositifs de protection personnelle contre les accidents ; extincteurs ; lunettes (optique) ; lunettes 3D ; casques de réalité virtuelle ; articles de lunetterie ; étuis à lunettes ; cartes à mémoire ou à microprocesseur ; sacoches conçues pour ordinateurs portables ; montres intelligentes ; batteries électriques ; batteries pour cigarettes électroniques ; bornes de recharge pour véhicules électriques ; appareils pour le diagnostic non à usage médical ;
- 11 Appareils d'éclairage ; appareils de chauffage ; appareils de production de vapeur ; appareils de cuisson ; appareils de réfrigération ; appareils de séchage ; appareils de distribution d'eau ; installations sanitaires ; appareils de climatisation ; installations de climatisation ; congélateurs ; torches électriques ; cafetières électriques ; cuisinières ; appareils d'éclairage pour véhicules ; installations de chauffage pour véhicules ; installations de climatisation pour véhicules ; appareils et machines pour la purification de l'air ; appareils et machines pour la purification de l'eau ; stérilisateurs ;
 - 12 Véhicules ; appareils de locomotion terrestres ; appareils de locomotion aériens ; appareils de locomotion maritimes ; amortisseurs de suspension pour véhicules ; carrosseries ; chaînes antidérapantes ; châssis de véhicules ; pare-chocs de véhicules ; stores (pare-soleil) conçus pour véhicules terrestres à moteur ; ceintures de sécurité pour sièges de véhicules ; véhicules électriques ; caravanes ; tracteurs ; vélosmoteurs ; cycles ; cadres de cycles ; bâquilles de cycles ; freins de cycles ; guidons de cycles ; jantes de cycles ; pédales de cycles ; pneumatiques de cycles ; roues de cycles ; selles de cycles ; poussettes ; chariots de manutention ;
 - 14 Joaillerie ; bijouterie ; pierres précieuses ; horlogerie et instruments chronométriques ; métaux précieux et leurs alliages ; objets d'art en métaux précieux ; coffrets à bijoux ; boîtes en métaux précieux ; boîtiers de montres ; bracelets de montres ; chaînes de montres ; ressorts de montres ; verres de montres ; porte-clefs (anneaux brisés avec breloque ou colifichet) ; statues en métaux précieux ; figurines (statuettes) en métaux précieux ; étuis pour l'horlogerie ; écrins pour l'horlogerie ; médailles ;
 - 15 Instruments de musique ; instruments de musique électroniques ; pupitres à musique ; étuis pour instruments de musique ;
 - 16 Produits de l'imprimerie ; articles pour reliures ; photographies ; articles de papeterie ; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage ; matériel pour artistes ; pinceaux ; articles de bureau (à l'exception des meubles) ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils) ; caractères d'imprimerie ; papier ; carton ; boîtes en papier ou en carton ; affiches ; albums ; cartes ; livres ; journaux ; prospectus ; brochures ; calendriers ; instruments d'écriture ; objets d'art gravés ; objets d'art lithographiés ; tableaux (peintures) encadrés ou non ; patrons pour la couture ; dessins ; instruments de dessin ; mouchoirs de poche en papier ; serviettes de toilette en papier ; linge de table en papier ; papier hygiénique ; sacs (enveloppes, pochettes) en papier ou en matières plastiques pour l'emballage ; sacs à ordures en papier ou en matières plastiques ;
 - 18 Cuir ; peaux d'animaux ; malles et valises ; parapluies et parasols ; cannes ; fouets ; sellerie ; portefeuilles ; porte-monnaie ; porte-cartes de crédit [portefeuilles] ; sacs ; coffrets destinés à contenir des articles de toilette dits « vanity cases » ; colliers pour animaux ; habits pour animaux de compagnie ;
 - 20 Meubles ; glaces (miroirs) ; cadres (encadrements) ; objets d'art en bois, cire, plâtre ou en matières plastiques ; cintres pour vêtements ; commodes ; coussins ; étagères ; récipients d'emballage en matières plastiques ; fauteuils ; sièges ; literie à l'exception du linge de lit ; matelas ; vaisseliers ; boîtes en bois ou en matières plastiques ;
 - 21 Ustensiles de ménage ; ustensiles de cuisine ; récipients à usage ménager ; récipients pour la cuisine ; peignes ; éponges ; brosses (à l'exception des pinceaux) ; matériaux pour la brosserie ; instruments de nettoyage actionnés manuellement ; paille de fer ; verre brut ou mi-ouvré à l'exception du verre de construction ; porcelaines ; faïence ; bouteilles ; objets d'art en porcelaine, en céramique, en faïence ou en verre ; statues en porcelaine, en céramique, en faïence ou en verre ; figurines (statuettes) en porcelaine, en céramique, en faïence ou en verre ; ustensiles de toilette ; nécessaires de toilette ; poubelles ; verres (récipients) ; vaisselle ;
 - 22 Cordes ; ficelles ; tentes ; bâches ; voiles (grément) ; matières de rembourrage (à l'exception du caoutchouc ou des matières plastiques) ; matières textiles fibreuses brutes ; câbles non métalliques ; matières d'emballage (rembourrage) autres qu'en caoutchouc ou en matières plastiques ; fibres textiles ; sacs de grande contenance pour le transport et l'entreposage de matériaux en vrac ; sacs (enveloppes, pochettes) en matières textiles pour l'emballage ;
 - 24 Tissus ; couvertures de lit ; tissus à usage textile ; tissus élastiques ; velours ; linge de lit ; linge de maison ; linge de table non en papier ; linge de bain à l'exception de l'habillement ; sacs de couchage ;
 - 25 Vêtements ; chaussures ; chapellerie ; chemises ; vêtements en cuir ; ceintures (habillement) ; fourrures (vêtements) ; gants (habillement) ; foulards ; cravates ; bonneterie ; chaussettes ; chaussons ; chaussures de plage ; chaussures de ski ; chaussures de sport ; sous-vêtements ;
 - 26 Dentelles ; broderies ; rubans ; boutons ; crochets (mercerie) ; épingle ; aiguilles ; plantes artificielles ; fleurs artificielles ; articles de mercerie à l'exception des fils ; passementerie ; perruques ; attaches pour vêtements ; fermetures pour vêtements ; articles décoratifs pour la chevelure ;
 - 27 Tapis ; paillassons ; nattes ; linoléum ; revêtements de sols ; tentures murales non en matières textiles ; carpettes ; papiers peints ; tapis de gymnastique ; tapis pour automobiles ; gazon artificiel ;
 - 28 Jeux ; jouets ; jouets pour animaux de compagnie ; tapis d'éveil ; commandes pour consoles de jeu ; décos de fête et arbres de Noël artificiels ; appareils de culture physique ; appareils de gymnastique ; attirail de pêche ; balles et ballons de jeux ; tables de billard ; queues de billard ; billes de billard ; jeux de cartes ; jeux de table ; patins à glace ; patins à roulettes ; trottinettes [jouets] ; planches à voile ; planches pour le surf ; raquettes ; raquettes à neige ; skis ; rembourrages de protection (parties d'habillement de sport) ; maquettes [jouets] ; figurines [jouets] ; robots en tant que jouets ;
 - 29 Viande ; poisson ; volaille ; gibier ; fruits conservés ; fruits congelés ; fruits secs ; fruits cuisinés ; légumes

conservés ; légumes surgelés ; légumes séchés ; légumes cuits ; gelées ; confitures ; compotes ; œufs ; lait ; produits laitiers ; huiles à usage alimentaire ; beurre ; charcuterie ; salaisons ; crustacés (non vivants) ; coquillages non vivants ; insectes comestibles non vivants ; conserves de viande ; conserves de poisson ; fromages ; boissons lactées où le lait prédomine ;

- 30 Café ; thé ; cacao ; sucre ; riz ; tapioca ; farine ; préparations faites de céréales ; pain ; pâtisseries ; confiserie ; glaces alimentaires ; miel ; sirop d'agave (édulcorant naturel) ; levure ; sel ; moutarde ; vinaigre ; sauces (condiments) ; épices ; glace à rafraîchir ; sandwiches ; pizzas ; crêpes (alimentation) ; biscuits ; gâteaux ; biscuits ; sucreries ; chocolat ; boissons à base de cacao ; boissons à base de café ; boissons à base de thé ;
- 31 Produits de l'agriculture et de l'aquaculture, produits de l'horticulture et de la sylviculture ; animaux vivants ; fruits frais ; légumes frais ; semences (graines) ; plantes naturelles ; fleurs naturelles ; aliments pour les animaux ; malt ; gazon naturel ; crustacés vivants ; coquillages vivants ; insectes comestibles vivants ; appâts vivants pour la pêche ; céréales en grains non travaillés ; plantes ; plants ; arbres (végétaux) ; bois bruts ; fourrages ;
- 32 Bières ; eaux minérales (boissons) ; eaux gazeuses ; boissons à base de fruits ; jus de fruits ; sirops pour boissons ; préparations pour faire des boissons ; limonades ; nectars de fruits ; sodas ; apéritifs sans alcool ;
- 33 Boissons alcoolisées (à l'exception des bières) ; vins ; vins d'appellation d'origine protégée ; vins à indication géographique protégée ;
- 34 Tabac ; articles pour fumeurs ; allumettes ; cigares ; cigarettes ; papier à cigarettes ; pipes ; briquets pour fumeurs ; boîtes à cigares ; étuis à cigares ; boîtes à cigarettes ; étuis à cigarettes ; cendriers pour fumeurs ; cigarettes électroniques ; solutions liquides pour cigarettes électroniques ;
- 35 Publicité ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; travaux de bureau ; diffusion de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons) ; services d'abonnement à des journaux (pour des tiers) ; services d'abonnement à des services de télécommunications pour des tiers ; présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail ; conseils en organisation et direction des affaires ; comptabilité ; reproduction de documents ; services de bureaux de placement ; portage salarial ; service de gestion informatisée de fichiers ; optimisation du trafic pour des sites web ; organisation d'expositions à buts commerciaux ou de publicité ; publicité en ligne sur un réseau informatique ; location de temps publicitaire sur tout moyen de communication ; publication de textes publicitaires ; location d'espaces publicitaires ; diffusion d'annonces publicitaires ; conseils en communication (publicité) ; relations publiques ; conseils en communication (relations publiques) ; audits d'entreprises (analyses commerciales) ; services d'intermédiation commerciale (conciergerie) ;
- 36 Assurances ; services bancaires ; services bancaires en ligne ; services de caisses de prévoyance ; émission de cartes de crédit ; estimations immobilières ; gestion financière ; gérance de biens immobiliers ; services de financement ; analyse financière ; constitution de capitaux ; investissement de capitaux ; consultation en matière financière ; estimations financières (assurances, banques, immobilier) ; placement de fonds ;
- 37 Construction ; informations en matière de construction ; conseils en construction ; supervision (direction) de travaux de construction ; maçonnerie ; travaux de plâtrerie ; travaux de plomberie ; travaux de couverture de toits ; services d'isolation (construction) ; démolition de constructions ; location de machines de chantier ; nettoyage de bâtiments (ménage) ; nettoyage d'édifices (surface extérieure) ; nettoyage de fenêtres ; nettoyage de véhicules ; entretien de véhicules ; assistance en cas de pannes de véhicules (réparation) ; désinfection ; dératisation ; nettoyage de vêtements ; rénovation de vêtements ; entretien, nettoyage et réparation du cuir ; entretien, nettoyage et réparation des fourrures ; repassage du linge ; travaux de cordonnerie ; rechapage de pneus ; vulcanisation de pneus (réparation) ; installation, entretien et réparation d'appareils de bureau ; installation, entretien et réparation de machines ; installation, entretien et réparation de matériel informatique ; entretien et réparation d'instruments d'horlogerie et chronométriques ; réparation de serrures ; restauration de mobilier ; construction navale ;
- 38 Télécommunications ; informations en matière de télécommunications ; communications par terminaux d'ordinateurs ; communications par réseaux de fibres optiques ; communications radiophoniques ; communications téléphoniques ; radiotéléphonie mobile ; fourniture d'accès utilisateur à des réseaux informatiques mondiaux ; mise à disposition de forums en ligne ; fourniture d'accès à des bases de données ; services d'affichage électronique (télécommunications) ; raccordement par télécommunications à un réseau informatique mondial ; agences de presse ; agences d'informations (nouvelles) ; location d'appareils de télécommunication ; émissions radiophoniques ; émissions télévisées ; services de téléconférences ; services de visioconférence ; services de messagerie électronique ; location de temps d'accès à des réseaux informatiques mondiaux ;
- 39 Transport ; emballage et entreposage de marchandises ; organisation de voyages ; informations en matière de transport ; services de logistique en matière de transport ; distribution de journaux ; distribution des eaux ; distribution d'électricité ; distribution (livraison de produits) ; service d'expédition de fret ; remorquage ; location de garages ; location de places de garages pour le stationnement ; location de véhicules ; transport en taxi ; réservation de places de voyage ; entreposage de supports de données ou de documents stockés électroniquement ;
- 40 Sciage de matériaux ; couture ; services d'imprimerie ; informations en matière de traitement de matériaux ; soudure ; polissage (abrasion) ; rabotage de matériaux ; raffinage ; meulage ; galvanisation ; services de dorure ; étamage ; services de teinturerie ; retouche de vêtements ; traitement de tissus ; purification de l'air ; vulcanisation (traitement de matériaux) ; décontamination de matériaux dangereux ; production d'énergie ; tirage de photographies ; développement de pellicules photographiques ; sérigraphie ; soufflage (verrerie) ; taxidermie ; traitement des déchets (transformation) ; tri de déchets et de matières premières de récupération (transformation) ; recyclage d'ordures et de déchets ;
- 41 Éducation ; formation ; divertissement ; activités sportives et culturelles ; informations en matière de divertissement ; informations en matière d'éducation ; recyclage professionnel ; mise à disposition d'installations de loisirs ; publication de livres ; prêt de livres ; mise à disposition de films, non téléchargeables, par le biais de services de vidéo à la demande ; production de films cinématographiques ; location de postes de télévision ; location de décors de spectacles ; services de photographie ; organisation de concours (éducation ou divertissement) ; organisation et conduite de colloques ; organisation et conduite de conférences ; organisation et conduite de congrès ; organisation d'expositions à buts

- culturels ou éducatifs ; réservation de places de spectacles ; services de jeu proposés en ligne à partir d'un réseau informatique ; services de jeux d'argent ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne ;
- 42 Evaluations techniques concernant la conception (travaux d'ingénieurs) ; recherches scientifiques ; recherches techniques ; conception d'ordinateurs pour des tiers ; développement d'ordinateurs ; conception de logiciels ; développement de logiciels ; recherche et développement de nouveaux produits pour des tiers ; conduite d'études de projets techniques ; architecture ; décoration intérieure ; élaboration (conception) de logiciels ; installation de logiciels ; maintenance de logiciels ; mise à jour de logiciels ; location de logiciels ; programmation pour ordinateurs ; analyse de systèmes informatiques ; conception de systèmes informatiques ; services de conseillers en matière de conception et de développement de matériel informatique ; numérisation de documents ; logiciel-service (SaaS) ; informatique en nuage ; conseils en technologie de l'information ; hébergement de serveurs ; contrôle technique de véhicules automobiles ; services de conception d'art graphique ; stylisme (esthétique industrielle) ; authentification d'oeuvres d'art ; audits en matière d'énergie ; stockage électronique de données ;
 - 43 Services de restauration (alimentation) ; hébergement temporaire ; services de bars ; services de traiteurs ; services hôteliers ; réservation de logements temporaires ; services de crèches d'enfants ; mise à disposition de terrains de camping ; services de maisons de retraite pour personnes âgées ; services de pensions pour animaux domestiques ;
 - 44 Services d'agriculture, d'horticulture et de sylviculture ; services médicaux ; services vétérinaires ; services pour le soin de la peau (soins d'hygiène et de beauté) ; assistance médicale ; chirurgie esthétique ; services hospitaliers ; maisons médicalisées ; services de maisons de convalescence ; services de maisons de repos ; services d'opticiens ; services de médecine alternative ; services de salons de beauté ; services de salons de coiffure ; toilettage d'animaux de compagnie ; jardinage ; services de jardiniers-paysagistes ;
 - 45 Services juridiques ; médiation ; services de sécurité pour la protection des biens et des individus ; services d'agences matrimoniales ; célébration de cérémonies religieuses ; établissement d'horoscopes ; services de pompes funèbres ; services de crémation ; services d'agences de surveillance nocturne ; surveillance des alarmes anti-intrusion ; services de conseillers en matière de sécurité physique ; ouverture de serrures ; location de vêtements ; services d'agences de détectives ; recherches judiciaires ; conseils en propriété intellectuelle ; location de noms de domaine sur Internet ; services de réseautage social en ligne ; garde d'enfants à domicile.

Déposant : Madame Inès REGHIOUA, C/O Bouchard Prod - 23 PL DE LA REPUBLIQUE, 75003, PARIS, FR

Mandataire / destinataire de la correspondance : TAHAR & Associés, Monsieur edmond tahar, 14 avenue du President wilson, 75116, Paris, FR

Numéro : 4583676

Statut : Marque enregistrée

Date de dépôt / Enregistrement : 2019-09-22

Lieu de dépôt : 92 INPI - Dépôt électronique

Historique

- Publication 2019-10-11 (BOPI 2019-41)
- Enregistrement sans modification 2020-01-10 (BOPI 2020-02)

Source INPI



INSTITUT NATIONAL
DE LA PROPRIÉTÉ
INDUSTRIELLE

Bases de données Marques

Notice complète

2 résultats trouvés pour votre requête : paillete vie, dans les marques en vigueur en France

- Notice complète

Marque française

des paillettes dans ma vie

Marque : des paillettes dans ma vie

Type : Marque Verbale

Informations complémentaires :

- Demande d'extension : Polynésie française

Classification de Nice : 3 ; 5 ; 6 ; 7 ; 9 ; 11 ; 12 ; 14 ; 16 ; 18 ; 20 ; 21 ; 22 ; 24 ; 25 ; 26 ; 27 ; 28 ; 29 ; 30 ; 31 ; 32 ; 33 ; 34 ; 35 ; 36 ; 37 ; 38 ; 39 ; 40 ; 41 ; 42 ; 43 ; 44 ; 45

Produits et services

- 3 Lessives ; préparations pour polir ; préparations pour dégraissier ; préparations pour abraser ; savons ; parfums ; huiles essentielles ; cosmétiques ; lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ; produits pour la conservation du cuir (cirages) ; crèmes pour le cuir ; produits de maquillage ;
- 5 Produits pharmaceutiques ; produits vétérinaires ; produits hygiéniques pour la médecine ; savons désinfectants ; savons médicinaux ; shampoings médicamenteux ; dentifrices médicamenteux ; aliments diététiques à usage médical ; aliments diététiques à usage vétérinaire ; aliments pour bébés ; compléments alimentaires ; articles pour pansements ; matières pour plomber les dents ; matières pour empreintes dentaires ; désinfectants ; produits antibactériens pour le lavage des mains ; produits pour la destruction des animaux nuisibles ; fongicides ; herbicides ; préparations pour le bain à usage médical ; culottes hygiéniques ; serviettes hygiéniques ; préparations chimiques à usage médical ; préparations chimiques à usage pharmaceutique ; herbes médicinales ; tisanes ; parasiticides ; alliages de métaux précieux à usage dentaire ;
- 6 Métaux communs et leurs alliages ; matériaux de construction métalliques ; constructions transportables métalliques ; matériaux métalliques pour les voies ferrées ; câbles et fils métalliques non électriques ; quincaillerie métallique ; tuyaux métalliques ; minerais ; constructions métalliques ; échafaudages métalliques ; boîtes en métaux communs ; récipients d'emballage en métal ; monuments métalliques ; objets d'art en métaux communs ; statues en métaux communs ; figurines en métaux communs ; plaques d'immatriculation métalliques ;
- 7 Machines-outils ; moteurs (à l'exception des moteurs pour véhicules terrestres) ; accouplements et organes de transmission (à l'exception de ceux pour véhicules terrestres) ; instruments agricoles autres que ceux actionnés manuellement ; distributeurs automatiques ; machines agricoles ; machines d'aspiration à usage industriel ; machines à travailler le bois ; manipulateurs industriels (machines) ; machines d'emballage ; pompes (machines) ; perceuses à main électriques ; tournevis électriques ; tondeuses (machines) ; bulldozers ; broyeurs (machines) ; centrifugeuses (machines) ; ascenseurs ; machines à coudre ; machines à tricoter ; repasseuses ; lave-linge ; machines de cuisine électriques ; couteaux électriques ; machines à trier pour l'industrie ; scies (machines) ; robots (machines) ; machines à imprimer ; foreuses ; élévateurs ;
- 9 Appareils et instruments scientifiques ; appareils et instruments nautiques ; appareils et instruments géodésiques ; appareils et instruments photographiques ; appareils cinématographiques ; appareils et instruments optiques ; appareils et instruments de pesage ; instruments et appareils de mesure ; appareils et instruments de signalisation ; appareils et instruments de vérification (contrôle) ; appareils et instruments pour l'enseignement ; appareils pour l'enregistrement du son ; appareils pour la transmission du son ; appareils pour la reproduction du son ; appareils d'enregistrement d'images ; appareils de transmission d'images ; appareils de reproduction d'images ; supports d'enregistrement numériques ;

- mécanismes pour appareils à prépaiement ; caisses enregistreuses ; machines à calculer ; équipements de traitement de données ; ordinateurs ; tablettes électroniques ; ordiphones [smartphones] ; liseuses électroniques ; logiciels de jeux ; logiciels (programmes enregistrés) ; périphériques d'ordinateurs ; détecteurs ; fils électriques ; relais électriques ; combinaisons de plongée ; gants de plongée ; masques de plongée ; vêtements de protection contre les accidents, les radiations et le feu ; dispositifs de protection personnelle contre les accidents ; extincteurs ; lunettes (optique) ; lunettes 3D ; casques de réalité virtuelle ; articles de lunetterie ; étuis à lunettes ; cartes à mémoire ou à microprocesseur ; sacoches conçues pour ordinateurs portables ; montres intelligentes ; batteries électriques ; batteries pour cigarettes électroniques ; bornes de recharge pour véhicules électriques ; appareils pour le diagnostic non à usage médical ; bornes de recharge pour véhicules électriques ; appareils pour le diagnostic non à usage médical ;
- 11 Appareils d'éclairage ; appareils de chauffage ; appareils de production de vapeur ; appareils de cuisson ; appareils de réfrigération ; appareils de séchage ; appareils de distribution d'eau ; installations sanitaires ; appareils de climatisation ; installations de climatisation ; congélateurs ; torches électriques ; cafetières électriques ; cuisinières ; appareils d'éclairage pour véhicules ; installations de chauffage pour véhicules ; installations de climatisation pour véhicules ; appareils et machines pour la purification de l'air ; appareils et machines pour la purification de l'eau ; stérilisateurs ;
 - 12 Véhicules ; appareils de locomotion terrestres ; appareils de locomotion aériens ; appareils de locomotion maritimes ; amortisseurs de suspension pour véhicules ; carrosseries ; chaînes antidérapantes ; châssis de véhicules ; pare-chocs de véhicules ; stores (pare-soleil) conçus pour véhicules terrestres à moteur ; ceintures de sécurité pour sièges de véhicules ; véhicules électriques ; caravanes ; tracteurs ; vélosmotors ; cycles ; cadres de cycles ; bâquilles de cycles ; freins de cycles ; guidons de cycles ; jantes de cycles ; pédales de cycles ; pneumatiques de cycles ; roues de cycles ; sellles de cycles ; poussettes ; chariots de manutention ;
 - 14 Joaillerie ; bijouterie ; pierres précieuses ; horlogerie et instruments chronométriques ; métaux précieux et leurs alliages ; objets d'art en métaux précieux ; coffrets à bijoux ; boîtes en métaux précieux ; boîtiers de montres ; bracelets de montres ; chaînes de montres ; ressorts de montres ; verres de montres ; porte-clefs (anneaux brisés avec breloque ou colifichet) ; statues en métaux précieux ; figurines (statuettes) en métaux précieux ; étuis pour l'horlogerie ; écrins pour l'horlogerie ; médailles ;
 - 16 Produits de l'imprimerie ; articles pour reliures ; photographies ; articles de papeterie ; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage ; matériel pour artistes ; pinceaux ; articles de bureau (à l'exception des meubles) ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils) ; caractères d'imprimerie ; papier ; carton ; boîtes en papier ou en carton ; affiches ; albums ; cartes ; livres ; journaux ; prospectus ; brochures ; calendriers ; instruments d'écriture ; objets d'art gravés ; objets d'art lithographiés ; tableaux (peintures) encadrés ou non ; patrons pour la couture ; dessins ; instruments de dessin ; mouchoirs de poche en papier ; serviettes de toilette en papier ; linge de table en papier ; papier hygiénique ; sacs (enveloppes, pochettes) en papier ou en matières plastiques pour l'emballage ; sacs à ordures en papier ou en matières plastiques ;
 - 18 Coffrets de maquillage ; Cuir ; peaux d'animaux ; malles et valises ; parapluies et parasols ; cannes ; fouets ; sellerie ; portefeuilles ; porte-monnaie ; porte-cartes de crédit [portefeuilles] ; sacs ; coffrets destinés à contenir des articles de toilette dits « vanity cases » ; colliers pour animaux ; habits pour animaux de compagnie ;
 - 20 Meubles ; glaçons (miroirs) ; cadres (encadrements) ; objets d'art en bois, cire, plâtre ou en matières plastiques ; cintres pour vêtements ; commodes ; coussins ; étagères ; récipients d'emballage en matières plastiques ; fauteuils ; sièges ; literie à l'exception du linge de lit ; matelas ; vaisseliers ; boîtes en bois ou en matières plastiques ;
 - 21 Ustensiles de ménage ; ustensiles de cuisine ; récipients à usage ménager ; récipients pour la cuisine ; peignes ; éponges ; brosses (à l'exception des pinceaux) ; matériaux pour la brosserie ; instruments de nettoyage actionnés manuellement ; paille de fer ; verre brut ou mi-ouvré à l'exception du verre de construction ; porcelaines ; faïence ; bouteilles ; objets d'art en porcelaine, en céramique, en faïence ou en verre ; statues en porcelaine, en céramique, en faïence ou en verre ; figurines (statuettes) en porcelaine, en céramique, en faïence ou en verre ; ustensiles de toilette ; nécessaires de toilette ; poubelles ; verres (récipients) ; vaisselle ; trousses à maquillage ; coffret de maquillage ;
 - 22 Cordes ; ficelles ; tentes ; bâches ; voiles (gréement) ; matières de rembourrage (à l'exception du caoutchouc ou des matières plastiques) ; matières textiles fibreuses brutes ; câbles non métalliques ; matières d'emballage (rembourrage) autres qu'en caoutchouc ou en matières plastiques ; fibres textiles ; sacs de grande contenance pour le transport et l'entreposage de matériaux en vrac ; sacs (enveloppes, pochettes) en matières textiles pour l'emballage ;
 - 24 Tissus ; couvertures de lit ; tissus à usage textile ; tissus élastiques ; velours ; linge de lit ; linge de maison ; linge de table non en papier ; linge de bain à l'exception de l'habillement ; sacs de couchage ;
 - 25 Vêtements ; chaussures ; chapellerie ; chemises ; vêtements en cuir ; ceintures (habillement) ; fourrures (vêtements) ; gants (habillement) ; foulards ; cravates ; bonneterie ; chaussettes ; chaussons ; chaussures de plage ; chaussures de ski ; chaussures de sport ; sous-vêtements ;
 - 26 Dentelles ; broderies ; rubans ; boutons ; crochets (mercerie) ; épingle ; aiguilles ; plantes artificielles ; fleurs artificielles ; articles de mercerie à l'exception des fils ; passementerie ; perruques ; attaches pour vêtements ; fermetures pour vêtements ; articles décoratifs pour la chevelure ;
 - 27 Tapis ; paillassons ; nattes ; linoléum ; revêtements de sols ; tentures murales non en matières textiles ; carpettes ; papiers peints ; tapis de gymnastique ; tapis pour automobiles ; gazon artificiel ;
 - 28 Jeux ; jouets ; jouets pour animaux de compagnie ; tapis d'éveil ; commandes pour consoles de jeu ; décos de fête et arbres de Noël artificiels ; appareils de culture physique ; appareils de gymnastique ; attirail de pêche ; balles et ballons de jeux ; tables de billard ; queues de billard ; billes de billard ; jeux de cartes ; jeux de table ; patins à glace ; patins à roulettes ; trottinettes [jouets] ; planches à voile ; planches pour le surf ; raquettes ; raquettes à neige ; skis ; rembourrages de protection (parties d'habillement de sport) ; maquettes [jouets] ; figurines [jouets] ; robots en tant que jouets ;
 - 29 Viande ; poisson ; volaille ; gibier ; fruits conservés ; fruits congelés ; fruits secs ; fruits cuisinés ; légumes conservés ; légumes surgelés ; légumes séchés ; légumes cuits ; gelées ; confitures ; compotes ; œufs ; lait ; produits laitiers ; huiles à usage alimentaire ; beurre ; charcuterie ; salaisons ; crustacés (non vivants) ; coquillages non vivants ; insectes comestibles non vivants ; conserves de viande ; conserves de poisson ; fromages ; boissons lactées où le lait

Annexe 2

- prédomine ;
- 30 Café ; thé ; cacao ; sucre ; riz ; tapioca ; farine ; préparations faites de céréales ; pain ; pâtisseries ; confiserie ; glaces alimentaires ; miel ; sirop d'agave (édulcorant naturel) ; levure ; sel ; moutarde ; vinaigre ; sauces (condiments) ; épices ; glace à rafraîchir ; sandwiches ; pizzas ; crêpes (alimentation) ; biscuits ; gâteaux ; biscuits ; sucreries ; chocolat ; boissons à base de cacao ; boissons à base de café ; boissons à base de thé ;
 - 31 Produits de l'agriculture et de l'aquaculture, produits de l'horticulture et de la sylviculture ; animaux vivants ; fruits frais ; légumes frais ; semences (graines) ; plantes naturelles ; fleurs naturelles ; aliments pour les animaux ; malt ; gazon naturel ; crustacés vivants ; coquillages vivants ; insectes comestibles vivants ; appâts vivants pour la pêche ; céréales en grains non travaillés ; plantes ; plants ; arbres (végétaux) ; bois bruts ; fourrages ;
 - 32 Bières ; eaux minérales (boissons) ; eaux gazeuses ; boissons à base de fruits ; jus de fruits ; sirops pour boissons ; préparations pour faire des boissons ; limonades ; nectars de fruits ; sodas ; apéritifs sans alcool ;
 - 33 Boissons alcoolisées (à l'exception des bières) ; vins ; vins d'appellation d'origine protégée ; vins à indication géographique protégée ;
 - 34 Tabac ; articles pour fumeurs ; allumettes ; cigares ; cigarettes ; papier à cigarettes ; pipes ; briquets pour fumeurs ; boîtes à cigares ; étuis à cigares ; boîtes à cigarettes ; étuis à cigarettes ; cendriers pour fumeurs ; cigarettes électroniques ; solutions liquides pour cigarettes électroniques ;
 - 35 Publicité ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; travaux de bureau ; diffusion de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons) ; services d'abonnement à des journaux (pour des tiers) ; services d'abonnement à des services de télécommunications pour des tiers ; présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail ; conseils en organisation et direction des affaires ; comptabilité ; reproduction de documents ; services de bureaux de placement ; portage salarial ; service de gestion informatisée de fichiers ; optimisation du trafic pour des sites web ; organisation d'expositions à buts commerciaux ou de publicité ; publicité en ligne sur un réseau informatique ; location de temps publicitaire sur tout moyen de communication ; publication de textes publicitaires ; location d'espaces publicitaires ; diffusion d'annonces publicitaires ; conseils en communication (publicité) ; relations publiques ; conseils en communication (relations publiques) ; audits d'entreprises (analyses commerciales) ; services d'intermédiation commerciale (conciergerie) ;
 - 36 Assurances ; services bancaires ; services bancaires en ligne ; services de caisses de prévoyance ; émission de cartes de crédit ; estimations immobilières ; gestion financière ; gérance de biens immobiliers ; services de financement ; analyse financière ; constitution de capitaux ; investissement de capitaux ; consultation en matière financière ; estimations financières (assurances, banques, immobilier) ; placement de fonds ;
 - 37 Construction ; informations en matière de construction ; conseils en construction ; supervision (direction) de travaux de construction ; maçonnerie ; travaux de plâtrerie ; travaux de plomberie ; travaux de couverture de toits ; services d'isolation (construction) ; démolition de constructions ; location de machines de chantier ; nettoyage de bâtiments (ménage) ; nettoyage d'édifices (surface extérieure) ; nettoyage de fenêtres ; nettoyage de véhicules ; entretien de véhicules ; assistance en cas de pannes de véhicules (réparation) ; désinfection ; dératisation ; nettoyage de vêtements ; rénovation de vêtements ; entretien, nettoyage et réparation du cuir ; entretien, nettoyage et réparation des fourrures ; repassage du linge ; travaux de cordonnerie ; rechapage de pneus ; vulcanisation de pneus (réparation) ; installation, entretien et réparation d'appareils de bureau ; installation, entretien et réparation de machines ; installation, entretien et réparation de matériel informatique ; entretien et réparation d'instruments d'horlogerie et chronométriques ; réparation de serrures ; restauration de mobilier ; construction navale ;
 - 38 Télécommunications ; informations en matière de télécommunications ; communications par terminaux d'ordinateurs ; communications par réseaux de fibres optiques ; communications radiophoniques ; communications téléphoniques ; radiotéléphonie mobile ; fourniture d'accès utilisateur à des réseaux informatiques mondiaux ; mise à disposition de forums en ligne ; fourniture d'accès à des bases de données ; services d'affichage électronique (télécommunications) ; raccordement par télécommunications à un réseau informatique mondial ; agences de presse ; agences d'informations (nouvelles) ; location d'appareils de télécommunication ; émissions radiophoniques ; émissions télévisées ; services de téléconférences ; services de visioconférence ; services de messagerie électronique ; location de temps d'accès à des réseaux informatiques mondiaux ;
 - 39 Transport ; emballage et entreposage de marchandises ; organisation de voyages ; informations en matière de transport ; services de logistique en matière de transport ; distribution de journaux ; distribution des eaux ; distribution d'électricité ; distribution (livraison de produits) ; service d'expédition de fret ; remorquage ; location de garages ; location de places de garages pour le stationnement ; location de véhicules ; transport en taxi ; réservation de places de voyage ; entreposage de supports de données ou de documents stockés électroniquement ;
 - 40 Sciage de matériaux ; couture ; services d'imprimerie ; informations en matière de traitement de matériaux ; soudure ; polissage (abrasion) ; rabotage de matériaux ; raffinage ; meulage ; galvanisation ; services de dorure ; étamage ; services de teinturerie ; retouche de vêtements ; traitement de tissus ; purification de l'air ; vulcanisation (traitement de matériaux) ; décontamination de matériaux dangereux ; production d'énergie ; tirage de photographies ; développement de pellicules photographiques ; sériographie ; soufflage (vernerie) ; taxidermie ; traitement des déchets (transformation) ; tri de déchets et de matières premières de récupération (transformation) ; recyclage d'ordures et de déchets ;
 - 41 Éducation ; formation ; divertissement ; activités sportives et culturelles ; informations en matière de divertissement ; informations en matière d'éducation ; recyclage professionnel ; mise à disposition d'installations de loisirs ; publication de livres ; prêt de livres ; mise à disposition de films, non téléchargeables, par le biais de services de vidéo à la demande ; production de films cinématographiques ; location de postes de télévision ; location de décors de spectacles ; services de photographie ; organisation de concours (éducation ou divertissement) ; organisation et conduite de colloques ; organisation et conduite de conférences ; organisation et conduite de congrès ; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs ; réservation de places de spectacles ; services de jeu proposés en ligne à partir d'un réseau informatique ; services de jeux d'argent ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne ;
 - 42 Evaluations techniques concernant la conception (travaux d'ingénieurs) ; recherches scientifiques ; recherches techniques ; conception d'ordinateurs pour des tiers ; développement d'ordinateurs ; conception de logiciels ;

Annexe 2

développement de logiciels ; recherche et développement de nouveaux produits pour des tiers ; conduite d'études de projets techniques ; architecture ; décoration intérieure ; élaboration (conception) de logiciels ; installation de logiciels ; maintenance de logiciels ; mise à jour de logiciels ; location de logiciels ; programmation pour ordinateurs ; analyse de systèmes informatiques ; conception de systèmes informatiques ; services de conseillers en matière de conception et de développement de matériel informatique ; numérisation de documents ; logiciel-service (SaaS) ; informatique en nuage ; conseils en technologie de l'information ; hébergement de serveurs ; contrôle technique de véhicules automobiles ; services de conception d'art graphique ; stylisme (esthétique industrielle) ; authentification d'oeuvres d'art ; audits en matière d'énergie ; stockage électronique de données ;

- 43 Services de restauration (alimentation) ; hébergement temporaire ; services de bars ; services de traiteurs ; services hôteliers ; réservation de logements temporaires ; services de crèches d'enfants ; mise à disposition de terrains de camping ; services de maisons de retraite pour personnes âgées ; services de pensions pour animaux domestiques ;
- 44 Services d'agriculture, d'horticulture et de sylviculture ; services médicaux ; services vétérinaires ; services pour le soin de la peau (soins d'hygiène et de beauté) ; assistance médicale ; chirurgie esthétique ; services hospitaliers ; maisons médicalisées ; services de maisons de convalescence ; services de maisons de repos ; services d'opticiens ; services de médecine alternative ; services de salons de beauté ; services de salons de coiffure ; toilettage d'animaux de compagnie ; jardinage ; services de jardiniers-paysagistes ; services de maquillage (cosmétiques) ;
- 45 Services juridiques ; médiation ; services de sécurité pour la protection des biens et des individus ; services d'agences matrimoniales ; célébration de cérémonies religieuses ; établissement d'horoscopes ; services de pompes funèbres ; services de crémation ; services d'agences de surveillance nocturne ; surveillance des alarmes anti-intrusion ; services de conseillers en matière de sécurité physique ; ouverture de serrures ; location de vêtements ; services d'agences de détectives ; recherches judiciaires ; conseils en propriété intellectuelle ; location de noms de domaine sur Internet ; services de réseautage social en ligne ; garde d'enfants à domicile.

Déposant : Madame Inès REGHIOUA, C/O Bouchard Prod 23 place de la République, 75003, PARIS, FR

Mandataire / destinataire de la correspondance : TAHAR & ASSOCIES, Monsieur EDMOND TAHAR, 14 Avenue du Président Wilson, 75116, PARIS, FR

Numéro : 4585135

Statut : Marque enregistrée

Date de dépôt / Enregistrement : 2019-09-26

Lieu de dépôt : 92 INPI - Dépôt électronique

Historique

- Publication 2019-10-18 (BOPI 2019-42)
- Enregistrement avec modification 2020-01-31 (BOPI 2020-05)

Source INPI

Eléments de réponse

Arguments à invoquer par la société Bizzbee

- Nullité des marques pour dépôt frauduleux (dépôt sans intention d'usage pour vendre des produits et services)

Détournement du droit des marques pour protéger une œuvre de l'esprit et non pour vendre des produits et services.

Arrêt « SKY » CJUE du 29/01/2020 qui a considéré comme frauduleux le dépôt d'une marque sans intention de l'utiliser

La Cour a indiqué que la mauvaise foi se caractérise « *s'il existe des indices objectifs pertinents et concordants tendant à démontrer que, à la date du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque considérée, le demandeur de celle-ci avait l'intention soit de porter atteinte aux intérêts de tiers d'une manière non conforme aux usages honnêtes, soit d'obtenir, sans même viser un tiers en particulier, un droit exclusif à des fins autres que celles relevant des fonctions d'une marque* » (pt. 81).

Les nombreuses interviews données par la demanderesse où elle affirme ne pas vouloir « faire du business » (autrement dit ne pas vouloir exploiter commercialement sa marque) permettent-elles de rapporter la preuve de la mauvaise foi au moment du dépôt ?

- Nullité des marques pour absence de caractère distinctif (Art L711-1 du CPI) (cf. « Je suis Charlie ») et/ou contrariété à l'ordre public (Art L 711-3 du CPI) (cf. « Je suis Paris » et « Pray for Paris »)

Référence au refus d'enregistrement par l'INPI des slogans « Je suis Paris » ou encore « Pray for Paris » au motif que ce sont des formules qui ont été appropriées tant par des citoyens français que par le reste de la population mondiale. Utilisés sous de multiples formes sur les réseaux sociaux et au travers de diverses manifestations, de potentiels consommateurs ne peuvent être en mesure de percevoir la combinaison de ces termes comme un signe remplissant la fonction de marque.

On ne peut pas s'approprier à titre de marque des slogans bénéficiant d'une forte popularité et qui n'ont pas été créés à l'origine pour des fins commerciales. Ces slogans, très largement utilisés en France comme à l'étranger depuis les attentats, véhiculent un message de soutien et ne serait donc être perçus par le public comme une marque garantissant l'origine des produits ou services du déposant.

SUJET PREMIERE EPREUVE ORALE

L'une de votre Cliente, la société RENALDO, commercialise sous son nom des vêtements pour enfants. Elle a pour habitude, en cas de contentieux, d'adresser elle-même des mises en demeure, et ne vous saisit qu'au moment de l'opposition.

Elle a été avisée du dépôt d'une marque de l'Union Européenne RENALDA, désignant uniquement des vêtements en classe 25. Cette marque a été déposée par la société GR7, dirigée par la sœur et agent du célèbre footballeur portugais Lionel RENALDA, actionnaire minoritaire de la société LR7. Lionel RENALDA, vainqueur notamment de 4 ligues des Champions et de 5 ballons d'or, est l'un des trois footballeurs les plus célèbres au Monde.

Votre Cliente a adressé une lettre de mise en demeure à la société LR7, lui demandant de procéder au retrait total de la marque RENALDA et d'abstenir de tout acte d'usage de cette marque.

La société LR7 lui a adressé une fin de non-recevoir, faisant valoir que la renommée de Lionel RENALDA suffit à écarter tout risque de confusion avec la marque RENALDO.

La société RENALDO vous contacte afin de savoir quelles seraient les chances de succès d'une opposition devant l'EUIPO, quels arguments pourraient être effectivement présentés par la partie adverse et quels arguments pourraient être présentés en réponse.

Elle souhaiterait également avoir des précisions sur les conséquences de ce litige au Royaume-Uni, qui est un marché important pour elle. Elle vous précise ne détenir comme marque opposable au Royaume-Uni qu'une marque de l'Union Européenne, la marque RENALDO, enregistrée pour des vêtements en classe 25.

Enfin, elle vous informe qu'une société tierce vient de lui proposer un partenariat, limité au marché français, dans le domaine des articles de sport destinés aux enfants. Cette société souhaiterait que la société RENALDO dépose une marque et lui concède en retour une licence. Elle souhaiterait savoir si la société LR7 pourrait s'opposer à ce projet, et quels seraient dans cette hypothèse ses moyens d'actions.

Eléments de réponse

Ce sujet copie s'inspire de la décision de la Cour de Justice du **17 septembre 2020**, C-449/18P et C-474/18P, EU:C:2020:722, EUIPO / Lionel Andrés Messi Cuccittini – J.M.-E.V. e hijos SRL. Les faits sont cependant légèrement distincts : dans l'affaire MESSI / MASSI, la Cour a considéré que la renommée de la personne qui demande que son nom soit enregistré comme marque peut être prise en considération dans l'appréciation du risque de confusion. Dans le cas présent, la marque n'est pas déposée au nom de la personne célèbre, mais au nom d'une société dont cette personne n'est qu'une actionnaire minoritaire. Les candidats devront donc s'interroger sur l'applicabilité de cette jurisprudence au cas d'espèce, et plus généralement, sur l'effet sur le risque de confusion de la renommée de la demande d'enregistrement contestée.

Les deux autres points permettront de vérifier les conséquences du Brexit au regard du droit des marques, et les possibilités offertes par la transposition de la Directive 2015-2436 au regard de la défense des marques bénéficiant d'une renommée.

SUJET DEUXIEME EPREUVE ORALE

Le responsable du design de la société Renault vient vous consulter :

Il vous indique que sa société, propriétaire de la marque Alpine, a décidé de relancer un modèle mythique : la berlinette Alpine dont la production, commencée en 1963 a été arrêtée en 1979

Il vous présente le modèle tel qu'il était commercialisé pendant cette période :



Le prototype du nouveau modèle est le suivant :



1. Le responsable de la propriété intellectuelle souhaite que vous procédez à un dépôt de cette version nouvelle de la « berline Alpine » : que lui répondez-vous ?

2. Il vous indique par ailleurs qu'il a été informé par les Douanes qu'une retenue douanière avait été effectué sur des phares anti-brouillard avant dont une photo, prise par les douaniers est la suivante :



Sur la liste de colisage et la facture est mentionnée : Phare avt. G. compatible Tw. Rnt.

Les produits (50) ont été débarqués à Marseille (Fos sur mer) pour être ensuite placés sur un camion à destination de l'Espagne, le destinataire étant une société espagnole « Repair coches » située à Valencia.

Le responsable de la propriété intellectuelle de Renault vous indique qu'il dispose seulement d'un modèle français (en annexe) portant sur le véhicule Twingo pris dans son ensemble, dont la figure principale est reproduite ci-dessous :



Il souhaite savoir s'il peut indiquer aux Douanes qu'il s'agit d'un produit portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle de Renault et s'il peut envisager de mettre en place une procédure par la suite.

Notice complète

745 résultats trouvés pour votre requête : **déposé par renault, dans la base de données des dessins et modèles français**

Notice complète

Dessins et modèles français

Référence du modèle : 985496 - 003

Numéro d'enregistrement : 985496

Date de dépôt : 1998-09-25

Lieu de dépôt : PARIS

Date de fin de validité : 2023-09-25

Classification de Locarno : 1208

Nombre total de modèle dans le dépôt : 5

Objet : Véhicule automobile (x 06 phase 2)

Déposant : RENAULT société anonyme 92100 BOULOGNE - BILLANCOURT, FRANCE (SIREN 780129987)

Bulletin de publication : 2001-21

Date de publication : 2001-10-12

Inscriptions au RNDM :

- No 04443 (2003-02-04) Transmission totale de propriété (Bénéficiaire : RENAULT SAS)

Informations complémentaires :

- Dépôt ayant fait l'objet d'une demande d'ajournement de la publication Publication au terme du délai d'ajournement de 3 ans

Nombre de reproduction du modèle : 4

Description :

- Reproduction 3.1 : Véhicule automobile, vue de face (X06 phase 2) (numéro de publication : 640229)
- Reproduction 3.2 : Véhicule automobile, vue arrière (X06 phase 2) (numéro de publication : 640230)
- Reproduction 3.3 : Véhicule automobile, vue de gauche (X06 phase 2) (numéro de publication : 640231)
- Reproduction 3.4 : Véhicule automobile, vue de droite (X06 phase 2) (numéro de publication : 640232)





Eléments de réponse

Question 1

Détermination du caractère individuel d'un produit mis au goût du jour : jurisprudence du TUE 6 juin 2019 (3^{ème} chambre), T-210/18, Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, c/ EUIPO et Autec Ag, TUE 6 juin 2019 (8^{ème} chambre), T-43/18, Rietze GmbH & Co. KG c/ EUIPO, Volkswagen AG, arrêts T-191/18 et T-192/18

Question 2

- Problématique de la protection d'une pièce au sein d'un modèle plus complexe.
- Article L. 511-5 CPI : pour que la protection de la pièce d'un produit complexe puisse être admise encore faut-il que « *les caractéristiques visibles de la pièce remplissent en tant que telles les conditions de nouveauté et de caractère propre* »
- Modification de l'article L. 513-4 CPI par la loi n° 2014-315 du 11 mars 2014 pour inclure le transbordement dans les interdictions prévues par le texte.
- Nécessité de vérifier si protection des pièces de rechange en Espagne (il ne peut être demandé du candidat qu'il le sache mais qu'il indique à son client la nécessité de le vérifier)

SUJET DEUXIEME EPREUVE ORALE

Votre cliente, exerçant son activité dans le domaine de la distribution de produits pour coiffeurs et salons de coiffure, est notamment titulaire d'un modèle communautaire enregistré le 4 février 2010 portant sur une brosse thermique :



Modèle de votre cliente

Reprochant à la société belge COIFFNET de commercialiser sur son site Internet un modèle de brosse thermique portant atteinte à ses droits, elle l'a mise en demeure. En vain



Modèle commercialisé par COIFFNET

Votre cliente vient vous consulter pour recueillir votre avis sur l'opportunité d'une action. Il vous appartient de lui conseiller une stratégie.

Vos premières recherches vous ont permis de constater l'existence des modèles suivants :



Modèle communautaire déposé le 29 juillet 2005



Modèle communautaire déposé le 9 juin 2010

Eléments de réponse

- Compétence des juridictions françaises en cas de contrefaçon sur Internet / opportunité d'agir dans le pays du défendeur ;
- Compétence de l'INPI pour statuer sur la nullité du modèle de votre client : il est donc préférable d'agir rapidement, pour éviter que COIFFNET ne prenne les devants par une demande devant l'INPI ;
- Risque de nullité du modèle :
 - o Vérifier le critère de nouveauté
 - o Vérifier le critère de caractère individuel (liberté laissée au créateur)
 - o Vérifier si les caractéristiques techniques revendiquées répondent à des critères purement techniques et fonctionnels (L. 511-8)
- Eventuel droit d'auteur (principe de l'unité de l'art)
- Concurrence déloyale

(Inspiré de Cour d'appel Paris, 19 juin 2020, RG 18/20559)

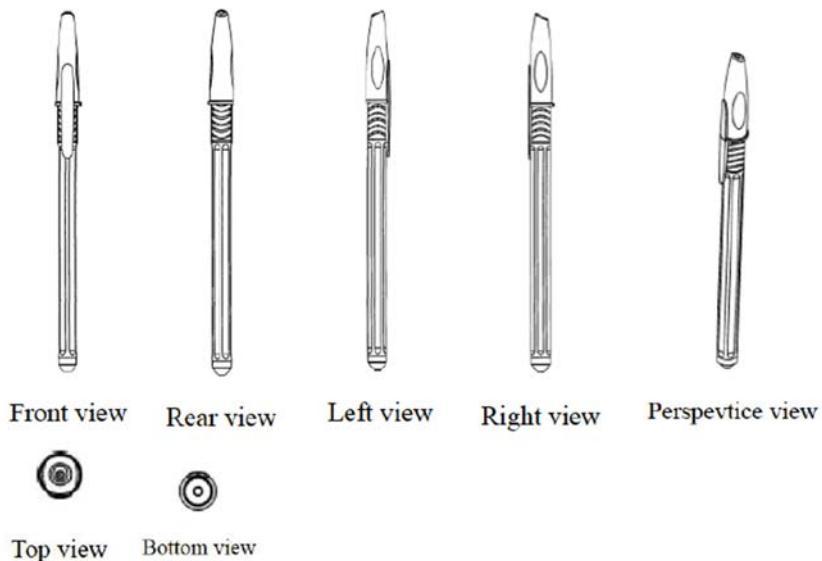
SUJET DEUXIEME EPREUVE ORALE

La société PICO, industriel fabricant d'instruments d'écriture et de stylos vous consulte pour déterminer dans quelles mesures elle pourrait avoir des chances d'agir à l'encontre d'un modèle de stylos déposé par un concurrent, la société NINGBO EPENE concurrent chinois qui lui prend de plus en plus de parts de marché.

Il s'agit en l'espèce d'un modèle de stylo déposé comme modèle communautaire le 18 décembre 2018 dans la classe 19.06 : instrument pour écrire



La société PICO vous signale qu'il existe un modèle chinois déposé en Chine par XI Trouv'tout , le 12 décembre 2013 et publié le 26 février 2014 en classe 19.4. Mais ne sait pas très bien si ce dépôt en Chine pourrait être utilisable à bon escient.



De plus lors de la grande foire de Francfort Paperworld Europa de janvier 2017, événement incontournable des professionnels de la papeterie, ses commerciaux ont récupéré des prospectus avec le fameux stylo

C'est la première fois que cette foire se déroule à Francfort puisqu' elle avait lieu depuis 2005 à Shanghai sous le nom Paperworld China et que la presse se faisait, à l'époque l'écho du nombre impressionnant de visiteurs, essentiellement français et allemands qui y participaient.

Déterminez à partir de ces informations si une action en nullité du modèle communautaire pourrait être fondée et pertinente pour agir efficacement contre ce concurrent et aboutir, le cas échéant à la nullité du modèle communautaire.

Eléments de réponse

- Action en nullité RMC article 25 (1) b) et
- -Articles 4-5-6 conditions de la protection nouveauté et caractère individuel
- Action en nullité pour défaut de nouveauté : divulgation du modèle chinois de février 2014. Dans quelle mesures ce modèle est-il opposable ?
- Article 7 (1) divulgation : modèle connu des milieux spécialisés du secteur concerné opérant dans la Communauté –Analyse au contexte –

Article 5 (1) (b) appréciation et conditions de la nouveauté

Article 5 (2)

Article 6 (1) (b) : caractère individuel

Article 6 (2)

Article 26 : effets de la nullité : Un dessin ou modèle communautaire est réputé n'avoir pas eu dès l'origine les effets prévus par le présent règlement dès lors qu' il a été déclaré nul.

Contact

perqua@inpi.fr

