



**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

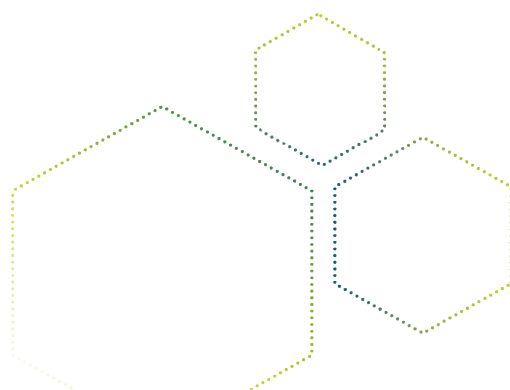
EXAMEN DE QUALIFICATION EN VUE DE L'INSCRIPTION SUR LA LISTE DES PERSONNES QUALIFIÉES EN PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE

MENTION MARQUES, DESSINS ET MODÈLES

SESSION 2024

ÉPREUVES ORALES

inpi



SOMMAIRE

Avertissement

Déroulement des épreuves orales

1^{ère} épreuve orale

Exemple de sujet 1

Exemple de sujet 2

Exemple de sujet 3

2^{ème} épreuve orale

Exemple de sujet 1

Exemple de sujet 2

Exemple de sujet 3

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 préparation à cet examen.

Ces annales regroupent les textes des épreuves orales de l'examen.

Cet examen est mis en place conformément à l'arrêté du 23 septembre 2004 modifié portant application des dispositions des articles R. 421-1, R. 421-2 et R. 421-5 à R. 421-8 du code de la propriété intellectuelle.

DEROULEMENT DES EPREUVES ORALES

Pour les deux épreuves, 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 n° 1 – Oral « Marques »

Votre client, Monsieur Sympol, qui est actif dans la vente de T-shirts de fantaisie pour hommes, s'est montré satisfait des conseils que vous lui avez prodigués lorsqu'il vous a consulté le 9 février dernier.

Il reprend donc attache avec vous aujourd'hui car il a, à nouveau, besoin de vos lumières.

En effet, il a récemment appris en regardant un documentaire à la télévision qu'Octave, un personnage de dessin animé, créé par un illustrateur français, venait de tomber dans le domaine public le 5 avril 2024.

Etant grand fan, enfant, de ce mignon personnage qui a connu un grand succès au début des années 1980, il souhaite lui rendre hommage en commercialisant pour le début de cet été 2024 une gamme de T-shirts sur lesquels ce personnage serait apposé. Monsieur Sympol souhaite également que cette gamme de T-shirts soit étiquetée sous le nom du personnage.

Les recherches conduites ont fait apparaître que :

- Le 1^{er} juin 2023, la société qui détenait les droits d'auteur dont ce personnage faisait l'objet, a déposé une marque française figurative représentant ledit personnage visant les 45 classes de produits et de services de la Classification de Nice. Cette marque couvre donc les vêtements. Elle a depuis lors été enregistrée.
- Le nom du personnage, Octave, n'est, quant à lui, pas déposé en tant que marque.

Monsieur Sympol vous interroge sur les risques qui pourraient peser sur son projet et, le cas échéant, sur les moyens de le sécuriser.

En effet, il en est certain, ses nouveaux T-shirts vont faire fureur cet été.

Pour traiter le sujet, l'on considèrera comme acquis que les droits patrimoniaux de l'auteur sont expirés.

Sujet n° 2 – Oral « Marques »

Votre client, Monsieur Sympol, qui est actif dans la vente de T-shirts de fantaisie pour hommes, s'est montré satisfait des conseils que vous lui avez prodigués lorsqu'il vous a consulté le 9 février dernier.

Il reprend donc attache avec vous aujourd'hui, avec sa femme, car ils ont besoin de vos lumières.

Le couple Sympol a utilisé des chutes de tissus pour confectionner des vêtements pour Hannibal, leur chihuahua. Il est très frileux. Tous leurs amis trouvent que si ces vêtements étaient commercialisés, ils feraient fureur.

Or, il se trouve que Monsieur Sympol a la possibilité d'obtenir un stock de jeans **LEVI'S®** invendus à destination du rebut.

Les conjoints Sympol souhaitent savoir s'ils peuvent utiliser ce stock pour le transformer en vêtements pour chiens afin de les commercialiser, comme le leur conseillent leurs amis.

En outre, Monsieur et Madame Sympol ont pour idée de créer une collection capsule associant un T-shirt de fantaisie pour homme à un vêtement pour chien qui lui serait assorti. Bien sûr, les vêtements pour chiens seraient confectionnés à partir du stock de jeans sur lequel Monsieur Sympol a l'opportunité de mettre la main. Cette collection pourrait être dénommée **DURE LEVI'S DE CHIEN**.

Par ailleurs, le couple Sympol envisage également de commercialiser une collection de casquettes pour chiens. Cette collection serait identifiée par la marque **HERCULES**, laquelle apparaîtrait sur l'étiquette intérieure et également bien en évidence sur la face avant de la casquette. De plus, les casquettes de cette collection auraient toutes une visière fabriquée à partir de poches arrière des jeans du stock que Monsieur Sympol pourrait récupérer :



Monsieur et Madame Sympol vous demandent votre avis de praticien du droit des marques, et le cas échéant, vos recommandations, sur leurs divers projets.

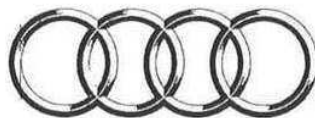
Sujet Oral Marques N°3

CJUE, 25 janvier 2024, aff. C-334/22, Audi AG c. GQ

La Cour de justice de l'Union européenne a été saisie par une juridiction polonaise d'une demande de décision préjudicielle portant sur l'interprétation de l'article 9, paragraphe 2, et paragraphe 3, sous a), ainsi que de l'article 14, paragraphe 1, sous c), et paragraphe 2, du règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil, du 14 juin 2017, sur la marque de l'Union européenne (JO 2017, L 154, p. 1).

Faits

« Audi est un constructeur de véhicules automobiles, qui est titulaire de la marque figurative de l'Union européenne, représentée ci-après, enregistrée sous le numéro 000018762, désignant notamment les « véhicules terrestres, aériens et nautiques, pièces et parties constitutives de ces articles comprises dans cette classe, y compris moteurs », relevant de la classe 12 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié (ci-après la « marque AUDI ») » :



« GQ est une personne physique exerçant une activité de vente, au moyen d'un site Internet, de pièces détachées pour véhicules automobiles principalement à destination de distributeurs de telles pièces. Dans le cadre de cette activité, GQ a fait de la publicité pour des calandres, adaptées et conçues pour d'anciens modèles de véhicules automobiles Audi datant des années 1980 et des années 1990, et a proposé ces calandres à la vente. Celles-ci comportaient un élément conçu pour la fixation d'un emblème de la marque du constructeur de véhicules automobiles Audi » (...).

« À partir de 2017, Audi a introduit des recours en justice contre GQ pour l'empêcher de proposer à la vente des pièces détachées non originales dont des éléments représentaient, par leur forme, en tout ou en partie, la marque AUDI.

En particulier, le 5 mai 2020, Audi a saisi le Sąd Okręgowy w Warszawie (tribunal régional de Varsovie, Pologne), la juridiction de renvoi, d'une demande visant à interdire à GQ de faire de la publicité, d'importer, de proposer à la vente ou de mettre sur le marché des calandres non originales portant un signe identique ou similaire à la marque AUDI. Elle a également demandé la destruction de 70 calandres qui avaient été saisies par les autorités douanières polonaises et qui porteraient atteinte au droit exclusif conféré par la marque AUDI ».

(...)

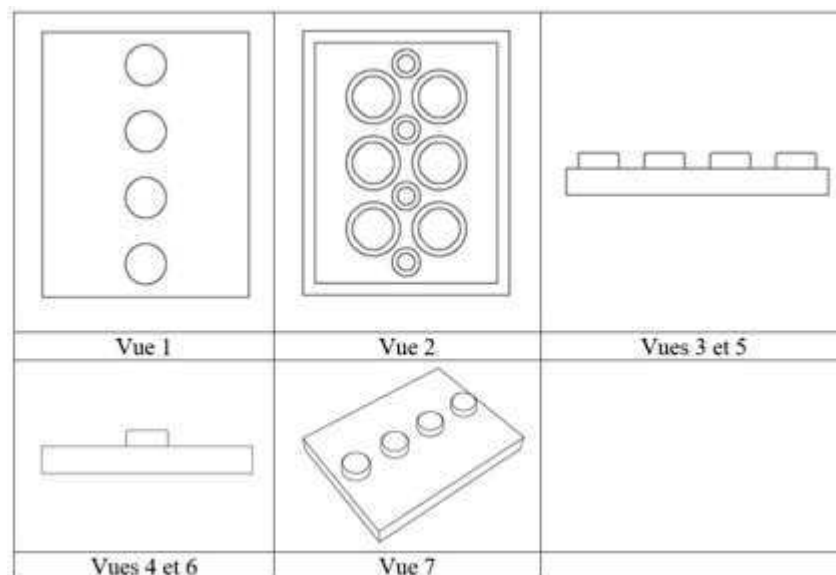
Deux questions ont été posées à la Cour.

1. « la juridiction de renvoi demande, en substance, si, en l'absence, dans le règlement 2017/1001, d'une disposition équivalente à la clause dite « de réparation » de l'article 110, paragraphe 1, du règlement n° 6/2002, l'article 9, paragraphe 2, et paragraphe 3, sous a) à c), du règlement 2017/1001 doit être interprété en ce sens que le tiers qui, sans le consentement du constructeur de véhicules automobiles titulaire d'une marque de l'Union européenne, importe et propose à la vente des pièces détachées, à savoir des calandres pour ces véhicules automobiles, contenant un élément qui est conçu pour la fixation de l'emblème représentant cette marque et dont la forme est identique ou similaire à ladite marque, fait un usage d'un signe dans la vie des affaires d'une manière qui est susceptible de porter atteinte à une ou des fonctions de la même marque ».
2. « la juridiction de renvoi demande, en substance, si l'article 14, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001 doit être interprété en ce sens qu'il s'oppose à ce que le constructeur de véhicules automobiles titulaire d'une marque de l'Union européenne interdise à un tiers l'usage d'un signe identique ou similaire à cette marque pour des pièces détachées pour ces véhicules automobiles, à savoir des calandres, lorsque ce signe consiste en la forme d'un élément de la calandre, conçu pour la fixation sur celle-ci de l'emblème représentant ladite marque, et ce eu égard à l'existence ou non d'une possibilité technique de fixer cet emblème sur ladite calandre sans apposer ledit signe sur celle-ci.

Selon vous, quelle réponse a été apportée à chacune des deux questions posées à la CJUE ?

ORAUX EQF 2024 - SUJET DM1

La société BRIK ET BROC a déposé auprès de l'EUIPO le modèle reproduit ci-dessous, en classe 21.01 avec la description suivante : « Éléments de construction d'une boîte de jeu de construction ».



La société JE JOUE SEUL (la requérante) a formé une action en nullité contre ce modèle. Le motif invoqué à l'appui de cette demande était celui visé à l'article 25, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) no 6/2002 du Conseil, du 12 décembre 2001, sur les dessins ou modèles communautaires (JO 2002, L 3, p. 1), lu en combinaison avec les articles 4 à 9 du même règlement. En particulier, la requérante soutenait que toutes les caractéristiques de l'apparence du produit concerné par le dessin ou modèle contesté étaient exclusivement imposées par la fonction technique du produit et, de ce fait, étaient exclues de la protection, conformément à l'article 8, paragraphe 1, dudit règlement.

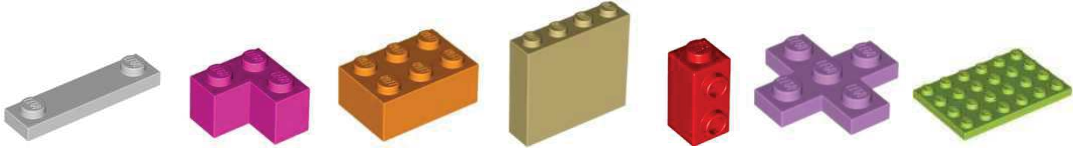
La Cour a prononcé la nullité du modèle au motif que le produit concerné est une brique de construction faisant partie d'un ensemble plus vaste de briques et étant destinée à être assemblée avec d'autres briques du jeu pour construire des objets. Par conséquent, la fonction technique que doit remplir cette brique est sa capacité d'être assemblée, d'une manière suffisamment stable, avec d'autres briques du jeu en vue de former une construction.

Les caractéristiques de l'apparence du produit sont, premièrement, la rangée de pastilles sur la face supérieure de la brique, deuxièmement, la rangée de cercles plus petits sur la face inférieure de ladite brique, troisièmement, les deux rangées de cercles plus grands sur la face inférieure de cette brique, quatrièmement, la forme rectangulaire de la même brique, cinquièmement, l'épaisseur de ses parois et, sixièmement, la forme cylindrique des pastilles.

Pour la Cour, toutes les caractéristiques mentionnées ci-dessus sont exclusivement imposées par la fonction technique de la brique de construction, à savoir permettre l'assemblage avec d'autres briques du jeu et le démontage.

BRIK ET BROC décide de contester cette décision. Elle vous indique notamment les éléments suivants :

1. Elle fait valoir qu'il existe de nombreux autres modèles de briques qui remplissent la même fonction technique (un assemblage dans le cadre d'un jeu de construction), et notamment :



2. Elle vous indique également avoir fait des choix esthétiques : la brique présente une surface lisse et surtout le modèle existe en plusieurs couleurs inhabituelles dans le domaine des jeux de construction : rose fuchsia, vert pomme, lavande, bleu turquoise...).

Que pouvez-vous lui conseiller ?

Sujet

La société MIAMIAM, spécialisée dans la conception et la fabrication d'emballages pour bonbons, vient vous consulter.



L'un de ses salariés a réalisé seul en mai 2023 les quatre emballages

Votre cliente vous indique que le contrat de travail de son salarié prévoit expressément la cession, contre rémunération, « de toutes les créations réalisées dans le cadre du présent contrat, au fur et à mesure de leur réalisation ».

Elle n'a pas déposé de modèle sur ces emballages. Elle vous précise toutefois avoir présenté au public ces emballages pour la première fois en juin 2023, mais ne se souvient plus si c'était lors d'un salon à Rome ou à New York.

Ayant constaté qu'une société concurrente offre à la vente sur son site internet français



l'emballage pour bonbons, votre cliente vous consulte pour connaître les moyens d'actions dont elle dispose contre cette société et les moyens de défense de cette dernière.

[*Pour traiter ce cas le candidat se placera à la date de l'examen, soit mai 2024*]

CHANDIOR, société indépendante de luxe existant depuis 1937 a fait appel à l'artiste KANY NORD, Award du meilleur chanteur de « space ambient music » pour réaliser une collection sur le thème cosmique.

Dans le cadre de cette collection limitée, un modèle de veste éditée à 50 exemplaires, a été présentée lors du défilé CHANDIOR à la Fashion Week de Milan en novembre 2022 en vue d'une mise en vente dès décembre 2022.

Le 1^{er} mai 2024, la célèbre influenceuse Nabiba dévoile lors d'une story sur son fil PicpicGram, la collection « stellar » de Pamu, célèbre entreprise de mode à bas coûts.

CHANDIOR voit rouge constatant que cette collection de « fast-fashion » reprend un grand nombre de caractéristiques de sa veste non déposée à titre de modèle. La veste est même présentée par certains blogueurs comme un « dupe ».

Cette collection a été mise en vente en ligne sur le site www.pamu.fr le 8 mai 2024 à des prix très attractifs, le modèle de veste en jean étant proposé à 50 € TTC alors que le modèle de veste CHANDIOR X KANY est vendu à 2790 € TTC.



CHANDIOR vient vous consulter ce jour, cette dernière souhaitant agir au plus vite et bloquer toute vente des produits litigieux.

1. Quelles sont vos préconisations quant aux éventuelles démarches préalables ?
2. Quels sont les fondements susceptibles d'être invoqués par CHANDIOR ?
3. Quels sont les contre-arguments de la société PAMU ?
4. Quelles sont les chances de succès de CHANDIOR ?



**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



www.inpi.fr



+33 (0)1 56 65 89 98



INPI France

inpi