



Presse et Information

Cour de justice de l'Union européenne
COMMUNIQUE DE PRESSE n° 98/14

Luxembourg, le 10 juillet 2014

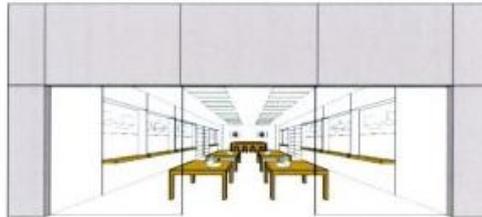
Arrêt dans l'affaire C-421/13
Apple Inc. / Deutsches Patent- und Markenamt

La représentation de l'aménagement d'un espace de vente, tel que celui d'un magasin porte-drapeau « Apple », peut, sous certaines conditions, être enregistrée en tant que marque

Une telle représentation doit être propre à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises

En 2010, Apple a fait enregistrer auprès de l'United States Patent and Trademark Office (Office des brevets et des marques des États-Unis) une marque tridimensionnelle consistant en la représentation, par un dessin multicolore, de ses magasins porte-drapeaux (« flagship stores »). Cette marque était enregistrée pour des « services de commerce de détail relatifs aux ordinateurs, logiciels, périphériques, téléphones portables, électronique grand public et accessoires et démonstration de produits y relatifs ».

Cette représentation prenait la forme suivante :



Par la suite, Apple a procédé à l'extension internationale de cette marque. En 2013, l'extension au territoire allemand a été refusée par le Deutsches Patent- und Markenamt (Office allemand des brevets et des marques) au motif que la représentation des espaces destinés à la vente des produits d'une entreprise ne serait rien d'autre que la représentation d'un aspect essentiel du commerce de cette entreprise et que le consommateur ne saurait appréhender un tel aménagement comme une indication de l'origine des produits.

Apple a formé un recours contre cette décision devant le Bundespatentgericht (cour fédérale des brevets, Allemagne). Ce dernier demande, entre autres, à la Cour de justice si la représentation de l'aménagement d'un espace de vente par un simple dessin dénué de toute indication de taille et de proportion peut être enregistrée comme marque pour des services qui visent à amener le consommateur à acheter les produits de l'auteur de la demande d'enregistrement et si, dans l'affirmative, une telle « présentation matérialisant un service » peut être assimilée à un « conditionnement ».

Par son arrêt rendu ce jour, la Cour rappelle tout d'abord que pour être susceptible de constituer une marque, l'objet de la demande d'enregistrement doit, en vertu de la directive sur les marques¹, remplir trois conditions, à savoir qu'il doit (1) constituer un signe, (2) être susceptible d'une

¹ Directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil, du 22 octobre 2008, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO L 299, p. 25, et rectificatif JO 2009, L 11, p. 86).

représentation graphique et (3) être propre à distinguer les « produits » ou les « services » d'une entreprise de ceux d'autres entreprises.

La Cour estime à cet égard qu'**une représentation qui, telle celle en l'espèce, visualise l'aménagement d'un espace de vente** au moyen d'un ensemble continu de lignes, de contours et de formes **peut constituer une marque**, à condition qu'elle soit propre à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises. Par ailleurs, il ne saurait être exclu, selon la Cour, que l'aménagement d'un espace de vente visualisé par un tel signe permette d'identifier les produits ou services concernés comme provenant d'une entreprise déterminée. Tel peut ainsi être le cas lorsque l'aménagement visualisé diverge de manière significative de la norme ou des habitudes du secteur économique concerné.

La Cour souligne cependant que l'aptitude générale d'un signe à constituer une marque n'implique pas que ce signe possède nécessairement **un caractère distinctif** au sens de la directive. Ce caractère **doit être apprécié** en pratique **par rapport**, d'une part, **aux produits ou aux services visés et**, d'autre part, **à la perception qu'en a le public pertinent** (le public étant constitué par le consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé). C'est également par un examen au cas par cas que **l'autorité compétente doit déterminer si le signe est ou non descriptif** des caractéristiques des produits ou services concernés ou bien s'il relève de l'un des autres motifs de refus d'enregistrement énoncés dans la directive.

La Cour constate que, s'agissant d'un dessin représentant l'aménagement d'un espace de vente, les critères d'appréciation auxquels l'autorité compétente doit recourir ne sont pas différents de ceux utilisés pour d'autres types de signes.

S'agissant enfin de la question de savoir si des prestations visant à amener le consommateur à acheter les produits du demandeur peuvent constituer des « services » pour lesquels un signe, tel que celui en l'espèce, peut être enregistré comme marque, la Cour considère que, **si aucun des motifs de refus d'enregistrement énoncés dans la directive ne s'y oppose, un signe représentant l'aménagement des magasins porte-drapeaux d'un fabricant de produits peut valablement être enregistré** non seulement pour ces produits, mais également **pour des prestations de services, dès lors que ces prestations ne font pas partie intégrante de la mise en vente des produits**. Les prestations qui, à l'image de celles mentionnées dans la demande d'Apple, consistent par exemple à effectuer, dans de tels magasins, des démonstrations de produits au moyen de séminaires peuvent par elles-mêmes constituer des prestations rémunérées relevant de la notion de « service ».

La Cour en conclut que la représentation de l'aménagement d'un espace de vente par un simple dessin dénué de toute indication de taille et de proportion peut être enregistrée comme marque pour des services qui, bien que concernant des produits, ne font pas partie intégrante de la mise en vente de ceux-ci, à condition que cette représentation soit propre à distinguer les services du demandeur d'enregistrement de ceux d'autres entreprises et qu'aucun motif de refus ne s'y oppose.

RAPPEL: Le renvoi préjudiciel permet aux juridictions des États membres, dans le cadre d'un litige dont elles sont saisies, d'interroger la Cour sur l'interprétation du droit de l'Union ou sur la validité d'un acte de l'Union. La Cour ne tranche pas le litige national. Il appartient à la juridiction nationale de résoudre l'affaire conformément à la décision de la Cour. Cette décision lie, de la même manière, les autres juridictions nationales qui seraient saisies d'un problème similaire.

Document non officiel à l'usage des médias, qui n'engage pas la Cour de justice.

Le [texte intégral](#) de l'arrêt est publié sur le site CURIA le jour du prononcé.

Contact presse: Gilles Despeux ☎ (+352) 4303 3205