Presse et Information

COMMUNIQUÉ DE PRESSE n° 81/09

30 septembre 2009

Arrêts du Tribunal de première instance dans les affaires T-75/08 & T-191/08
JOOP! / OHMI

UN POINT D'EXCLAMATION NE PEUT ÊTRE ENREGISTRÉ EN TANT QUE MARQUE COMMUNAUTAIRE

Les signes figuratifs concernés sont dépourvus de caractère distinctif et JOOP! n'a pas démontré qu'ils ont acquis un tel caractère par l'usage dans la Communauté

Selon le règlement sur la marque communautaire[1], une marque dépourvue de caractère distinctif ne peut pas, en principe, être enregistrée. Néanmoins, une telle marque peut être enregistrée si elle a acquis, pour les produits ou services pour lesquels l'enregistrement est demandé, un caractère distinctif après l'usage qui en a été fait.

Le 7 septembre 2006, JOOP! GmbH a présenté deux demandes d'enregistrement de marque à l'OHMI, office qui gère la marque communautaire. Les marques dont l'enregistrement a été demandé sont les signes figuratifs suivants :

L'examinateur de l'OHMI a rejeté les demandes d'enregistrement au motif que les marques étaient dépourvues de caractère distinctif. Les recours formés par JOOP! auprès de l'OHMI contre les décisions de l'examinateur ont également été rejetés, l'OHMI considérant notamment que, eu égard aux produits concernés (bijoux, vêtements et produits connexes), le public pertinent percevrait les signes en cause comme un simple éloge publicitaire ou une accroche et non comme une indication de l'origine commerciale de ces produits.

JOOP! a attaqué les décisions de l'OHMI devant le Tribunal de première instance.

Le Tribunal rappelle, tout d'abord, que l'enregistrement d'une marque composée de signes ou d'indications qui sont par ailleurs utilisés en tant que slogans publicitaires, indications de qualité ou expressions incitant à acheter les produits ou services visés par cette marque n'est pas exclu, en tant que tel, en raison d'une telle utilisation. Toutefois, un signe qui remplit d'autres fonctions que

[1] Règlement (CE) nº 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993 sur la marque communautaire (JO 1994 L11, p.1), remplacé par le règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1).

celle d’une marque au sens classique n’est distinctif que s’il peut être perçu d’emblée comme une indication de l’origine commerciale des produits ou services visés afin de permettre au public pertinent de distinguer sans confusion possible les produits ou services du titulaire de la marque de ceux qui ont une autre provenance commerciale.

Or, en l'espèce, les marques demandées ne peuvent pas être considérées comme étant aptes à identifier l'origine commerciale des produits qu'elles désignent. L'absence de caractère distinctif découle notamment du fait que le consommateur, y compris le consommateur ayant un degré d’attention plus élevé, ne sera pas en mesure de conclure à l’origine des produits désignés en se fondant sur un simple point d’exclamation qui – ne présentant pas un graphisme particulier et différencié du graphisme standard – sera plutôt perçu comme un simple éloge ou une accroche.

Le cadre rectangulaire qui entoure le point d’exclamation dans la seconde marque demandée ne saurait, non plus, être considéré comme un élément distinctif suffisant. En effet, le cadre rectangulaire qui entoure le point d’exclamation est un élément secondaire qui donne à la marque en question l’apparence d’une étiquette. De surcroît, en raison du fait que les produits désignés sont souvent accompagnés d’une étiquette lors de la vente, l’insertion de la marque dans un rectangle à la manière d’une étiquette constitue une pratique très courante dans le secteur commercial concerné.

Ensuite, le Tribunal rappelle que l’acquisition d’un caractère distinctif par l’usage de la marque exige qu’au moins une fraction significative du public pertinent identifie grâce à la marque les produits ou les services concernés comme provenant d’une entreprise déterminée. De plus, le caractère distinctif de la marque doit être acquis par un usage antérieur à la date du dépôt de la demande d’enregistrement.

Le Tribunal rappelle également – en réponse à l’argument de la requérante selon lequel le public concerné serait habitué à sa marque principale et à son enseigne JOOP! – qu’il est possible que la marque demandée ait acquis un caractère distinctif dans le cadre de son usage en tant que partie de la marque principale de la requérante.

Cependant, le Tribunal constate que les documents produits par JOOP! en vue de démontrer que les marques demandées ont acquis un caractère distinctif par l'usage dans la Communauté font uniquement référence au marché allemand. En outre, les seules preuves apportées sont trois photos de jeans sur lesquels est apposé un morceau de tissu ou une étiquette reproduisant un point d’exclamation. Or, ces éléments sont à l’évidence dépourvus de toute capacité à prouver la connaissance de la marque demandée par les consommateurs concernés à un moment antérieur à la date de dépôt.

Par conséquent, le Tribunal rejette les recours.

RAPPEL: Un pourvoi, limité aux questions de droit, peut être formé devant la Cour contre la décision du Tribunal, dans un délai de deux mois à compter de sa notification.

RAPPEL: Le recours en annulation vise à faire annuler des actes des institutions communautaires contraires au droit communautaire. Sous certaines conditions, les États membres, les institutions européennes et les particuliers peuvent saisir la Cour de justice ou le Tribunal de première instance d'un recours en annulation. Si le recours est fondé, l'acte est annulé. L'institution concernée doit remédier à un éventuel vide juridique créé par l'annulation de l'acte.

RAPPEL: La marque communautaire est valable sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne et coexiste avec les marques nationales. Les demandes d'enregistrement d'une marque communautaire sont adressées à l'OHMI. Un appel contre ses décisions peut être formé devant le Tribunal de première instance.

Document non officiel à l'usage des médias, qui n'engage pas le Tribunal de première instance.

Le texte intégral de l'arrêt est publié sur le site CURIA le jour du prononcé

Contact presse : Marie-Christine Lecerf ☎ (+352) 4303 3205

Des images du prononcé de l'arrêt sont disponibles sur "Europe by Satellite" ☎ (+32) 2 2964106