



Presse et Information

Cour de justice de l'Union européenne
COMMUNIQUE DE PRESSE n° 98/11

Luxembourg, le 22 septembre 2011

Arrêt dans l'affaire C-482/09
Budějovický Budvar, národní podnik /
Anheuser-Busch Inc.

**Anheuser-Busch et Budějovický Budvar peuvent continuer, toutes deux, à utiliser la
marque Budweiser au Royaume-Uni**

*Les consommateurs du Royaume-Uni perçoivent clairement la différence entre les bières de
Budvar et celles d'Anheuser-Busch*

La directive sur les marques¹ prévoit qu'une marque est refusée à l'enregistrement ou est susceptible d'être déclarée nulle lorsqu'elle est identique à une marque antérieure et que les produits et les services couverts par les deux marques sont également identiques. Toutefois, si le titulaire de la marque antérieure a toléré l'usage d'une marque postérieure identique pendant une période de cinq années consécutives en connaissance de cet usage, il ne peut plus, en principe, plus demander la nullité ni s'opposer à l'usage de la marque postérieure.

Depuis leur entrée sur le marché du Royaume-Uni – respectivement au cours des années 1973 et 1974 – la brasserie tchèque Budějovický Budvar et la brasserie américaine Anheuser-Busch commercialisent chacune leurs bières sous le signe « Budweiser » ou sous des termes incluant ce signe.

Le 11 décembre 1979, Anheuser-Busch a demandé à l'Office des marques du Royaume-Uni d'enregistrer en tant que marque le terme « Budweiser » pour les produits « bière, ale et porter ». Pendant que l'examen de la demande d'Anheuser-Busch était en cours, Budvar a elle aussi présenté, le 28 juin 1989, une demande aux fins de l'enregistrement en tant que marque du terme « Budweiser ».

En février 2000, les juridictions du Royaume-Uni ont décidé qu'Anheuser-Busch et Budvar pouvaient chacune faire enregistrer le terme « Budweiser » en tant que marque. En effet, la loi britannique permettait expressément que des marques identiques ou similaires au point d'être confondues soient enregistrées concomitamment en cas d'usage simultané honnête (« honest concurrent use »). À la suite de cette décision, les deux sociétés ont été inscrites au registre des marques du Royaume-Uni, le 19 mai 2000, en tant que titulaires de la marque Budweiser.

Le 18 mai 2005, soit quatre ans et 364 jours après l'enregistrement de la marque Budweiser au bénéfice de Budvar et d'Anheuser-Busch, cette dernière a introduit auprès de l'Office des marques du Royaume-Uni une demande en nullité à l'encontre de l'enregistrement de cette marque effectué au profit de Budvar. Dans sa demande, l'entreprise américaine a invoqué le fait que la marque dont elle était titulaire était une marque antérieure à celle de Budvar car elle avait déposé (le 11 décembre 1979) sa demande d'enregistrement pour le terme « Budweiser » avant celle de la brasserie tchèque (le 28 juin 1989).

La Court of Appeal (cour d'appel, Royaume-Uni), saisie en appel de ce litige, demande à la Cour de justice s'il y a lieu d'accueillir la demande en nullité d'Anheuser-Busch alors que les deux sociétés ont utilisé de bonne foi, pendant plus de trente ans, le terme « Budweiser » au Royaume-Uni.

¹ Directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO 1989, L 40, p. 1).

Dans son arrêt rendu ce jour, la Cour de justice précise, tout d'abord, sa jurisprudence sur les règles applicables au délai de cinq ans (dit de « forclusion par tolérance ») à l'issue duquel le titulaire de la marque antérieure perd son droit de s'opposer à l'usage de la marque postérieure. À cet égard, la Cour constate que, selon le texte de la directive, ce délai ne commence à courir qu'après l'enregistrement de la marque postérieure dans l'État membre concerné. Ainsi, le simple usage de la marque postérieure sans avoir procédé à son enregistrement ne peut pas faire courir ce délai.

En revanche, l'enregistrement de la marque antérieure ne constitue pas une condition nécessaire pour que ce délai commence à courir. En effet, la directive indique qu'une marque peut être considérée comme étant antérieure sans avoir fait l'objet d'un enregistrement, comme dans le cas des « demandes de marques [...] sous réserve de leur enregistrement » et des marques « notoirement connues ».

La Cour précise également que, si le titulaire de la marque antérieure était privé de toute possibilité de s'opposer à l'usage honnête et de longue durée par un tiers d'une marque postérieure identique, il ne peut être réputé avoir toléré cet usage. Partant, la période pendant laquelle le titulaire de la marque antérieure n'était pas en mesure de s'opposer à l'usage de la marque postérieure, ne peut pas être prise en compte aux fins du calcul de l'expiration du délai de forclusion.

Ensuite, la Cour relève qu'une marque postérieure enregistrée peut être déclarée nulle uniquement lorsqu'elle porte atteinte ou est susceptible de porter atteinte à la fonction essentielle de la marque antérieure qui est de garantir aux consommateurs la provenance des produits désignés par celle-ci.

À cet égard, la Cour rappelle qu'Anheuser-Busch et Budvar avaient commercialisé chacune au Royaume-Uni leurs bières sous le signe « Budweiser » ou sous une marque incluant ce signe depuis près de 30 ans avant l'enregistrement de ceux-ci et que les deux sociétés ont été autorisées à enregistrer conjointement et simultanément leurs marques Budweiser dans ce pays. La Cour souligne également que si Anheuser-Busch a présenté une demande d'enregistrement du terme « Budweiser » en tant que marque au Royaume-Uni antérieurement à Budvar, chacune de ces deux entreprises fait depuis l'origine un usage de bonne foi de leurs marques Budweiser.

En outre, la Cour note que, selon la juridiction de renvoi, bien que les dénominations soient identiques, les consommateurs du Royaume-Uni perçoivent clairement la différence entre les bières de Budvar et celles d'Anheuser-Busch – leur goût, leur prix et leur présentation ayant toujours été différents. De même, il résulte de la coexistence de ces deux marques sur le marché du Royaume-Uni que, même si les marques sont identiques, les bières d'Anheuser-Busch et de Budvar sont clairement identifiables comme étant produites par des entreprises différentes.

Ainsi, la Cour constate que, dans les circonstances de l'espèce, **l'usage simultanément honnête et de longue durée des deux marques identiques concernées ne porte pas atteinte ou n'est pas susceptible de porter atteinte à la fonction essentielle de la marque antérieure d'Anheuser-Busch. En conséquence, il n'y a pas lieu de déclarer nulle la marque postérieure « Budweiser » enregistrée en faveur de Budvar au Royaume-Uni.**

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: Marie-Christine Lecerf 📞 (+352) 4303 3205
