**Dossier élève**

***Quels sont les droits reconnus aux personnes ?***

**Le droit de propriété**

***La propriété de biens incorporels, propriété industrielle (Marque)***

**« *Voyage au bout de la ruche »***

Après des études de gestion, Alice accepte l’offre de son père qui lui propose de travailler auprès de lui dans la petite cidrerie qu’il dirige près de Guimaec.

Très vite, elle décide de lancer sa propre entreprise, une miellerie, et acquiert donc une dizaine de ruches avec essaims d’abeilles qu’elle installe sur des terrains qu’elle loue pour produire son miel.

Cette activité la passionne et elle multiplie rapidement les produits : miel de dunes, de bord de mer, de callunes, de bourdaine, de printemps…Elle envisage à moyen terme de développer des produits voisins à base de miel, gâteaux, produits de beauté…et de lancer la vente de ses produits par Internet. Dès que les revenus de sa production le lui permettent, elle achète une camionnette, s’équipe d’un ordinateur et décore le local de production-vente loué à son père avec des aquarelles qu’elle peint sur son temps libre.

Devant le succès et la croissance de son activité – elle a fêté sa première commande provenant de l’étranger – son père et certains de ses amis, lui conseillent de créer sa marque pour se distinguer clairement de ses concurrents qui ne manquent pas dans cette région.

Pour être aidée dans sa réflexion sur ce sujet, elle s’adresse à l’association *Les nouveaux artisans bretons.*

**1er dossier : la création de la marque**

Vous travaillez dans cette association dont la mission est d’aider les artisans pour la création et le développement de leur entreprise. Votre responsable vous charge de répondre aux questions d’Alice.

1. Listez et qualifiez les biens dont Alice est propriétaire dans le cadre de son activité professionnelle (Annexe 1).
2. Précisez-lui à quelle catégorie de biens appartiendrait la marque qu’elle pourrait créer. Justifiez votre réponse. (Annexe 1)
3. Citez les conditions nécessaires pour pouvoir déposer et faire protéger sa marque. (Annexe 2)
4. Expliquez-lui l’intérêt de créer sa marque et de la faire protéger pour en être propriétaire. (Annexe 3)

**2ème dossier : la protection de la marque**

A la suite des informations obtenues, Alice a déposé sa marque, *Voyage au bout de la ruche*, à l’INPI (Institut National de la Propriété Industrielle) afin de la faire protéger. Mais quelques mois plus tard, elle apprend qu’un concurrent, qui vendait jusque là ses produits sous le nom *Miel Dubois* utilise désormais l’appellation *Voyage autour de la ruche*. Elle estime que cela constitue une imitation illicite de sa marque pour profiter de sa notoriété mais le concurrent refuse d’en changer. Elle hésite quant à la conduite à adopter face à ce problème.

1. Résumez et qualifiez juridiquement les faits.
2. Formulez le problème de droit qui se pose.
3. Analysez la situation à l’aide des sources de droit correspondantes.
4. Proposez à Alice une solution que vous justifierez.

**Annexes**

**Annexe 1**

**Biens corporels – Biens incorporels**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Biens corporels** | **Biens incorporels** |
| **Définition** | Biens ayant une existence matérielle. | Biens abstraits, créés par l’esprit humain.Ils n’ont pas d’existence physique |
| **Exemples** | AnimalOrdinateur, voiture, bureau…Appartement…Electricité, gaz… | Création artistique : musique, roman, peinture…Création industrielle : marque, invention… |
| **Caractéristiques** | Ils peuvent faire l’objet d’un transfert manuel.La propriété de ces biens est assez facile à protéger (surveillance…). | Ils ne peuvent faire l’objet d’un transfert manuel.La propriété de ces biens est plus difficile à protéger : risque de copie, d’imitation, d’utilisation non autorisée. |
| Ils ont tous une valeur pécuniaire, ils font partie du patrimoine de leur propriétaire. |

*Source : l’auteur*

**Annexe 2**

**Que peut-on déposer en tant que marque ?**

* Un signe verbal, qui peut s'écrire ou se prononcer (nom, mots, lettres, chiffres, sigle, slogan, etc.).
* Un signe figuratif (dessins, logos, hologrammes, reliefs, formes, nuances précises ou combinaisons de couleurs, etc.).
* Un signe sonore (sons, phrases musicales pouvant être matériellement traduits).

Ces signes doivent être […] disponibles.

Le dépôt d'une marque ne doit pas porter atteinte à des droits antérieurs. On ne peut, par exemple, déposer un nom qui a déjà fait l'objet d'une marque antérieure ou qui est déjà utilisé par une autre entreprise dans le même domaine car il y a alors un risque de confusion dans l'esprit du public. Les titulaires des marques notoirement connues se protègent quel que soit le produit ou le service visé.

Certaines terminologies sont irrecevables en tant que marques. Les termes trompeurs […] ne sont pas autorisés. Par exemple, l'emploi des mots "France", "Français", "Europe" ou encore "médical", "docteur" et d'une manière générale, de toute terminologie pouvant entraîner une confusion dans l'esprit du public.

[*http://www.apce.com/pid835/deposer-une-marque.html*](http://www.apce.com/pid835/deposer-une-marque.html)

**Annexe 3**

**Pourquoi déposer une marque ?**

**La marque offre aux consommateurs un point de repère essentiel. Elle représente l’image de votre entreprise et est garante, aux yeux du public, d’une certaine constance de qualité.**

## Un bien précieux à protéger

La marque est un élément indispensable de votre stratégie industrielle et commerciale. Si vous ne la protégez pas, vous offrez à vos concurrents la possibilité de s’en emparer et de bénéficier de vos efforts à bon compte.

## Une protection efficace

En déposant votre marque à l’INPI, vous obtenez un monopole d’exploitation sur le territoire français pour 10 ans, renouvelable indéfiniment. Vous êtes ainsi le seul à pouvoir l’utiliser, ce qui permet de mieux commercialiser et promouvoir vos produits et services. Vous pouvez vous défendre en poursuivant en justice toute personne qui, notamment, imiterait ou utiliserait aussi votre marque.

<http://www.inpi.fr/fr/marques/qu-est-ce-qu-une-marque/pourquoi-deposer-une-marque.html>

**Annexe 4**

**Extraits du code de la propriété intellectuelle**

**Article L 713-1 :** L'enregistrement de la marque confère à son titulaire un droit de propriété sur cette marque pour les produits et services qu'il a désignés.

**Article L 713-3 :** Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public :

a) La reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, ainsi que l'usage d'une marque reproduite, pour des produits ou services similaires à ceux désignés dans l'enregistrement ;

b) L'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement.

**Article L 716-1** : L'atteinte portée au droit du propriétaire de la marque constitue une contrefaçon engageant la responsabilité civile de son auteur. […]

**Article L 716-5** : L'action civile en contrefaçon est engagée par le propriétaire de la marque. […]

**Annexe 5**

**Extraits de jurisprudence**

**Cour d’Appel de Rennes, 27 avril 2010 PETIT CHAVIRE c/ PETIT NAVIRE** La société titulaire des marques PETIT NAVIRE a introduit avec succès une action en contrefaçon de ses marques de renommée à l’encontre d’un tiers parodiant ces dernières sous la forme PETIT CHAVIRE sur des t-shirts évoquant des marées noires.

[http://www.village-justice.com/articles/Parodie-droit-marques-risques,14969.html](http://www.village-justice.com/articles/Parodie-droit-marques-risques%2C14969.html)

\*\*\*

**Autolib a un mois pour changer de nom**

Un arrêt «surprenant». C'est ainsi que la ville de Paris qualifie la décision de la cour d'appel annulant celui du tribunal de grande instance (TGI) qui donnait raison à la ville dans le conflit qui l'oppose à la société Europcar sur la question du nom Autolib'. Europcar, qui considère en effet que cette marque imite la sienne, Autoliberté, avait porté plainte en décembre 2009 pour «contrefaçon» et «concurrence déloyale».

En mars 2011, le TGI avait considéré qu'il n'y avait pas d'acte de concurrence déloyale car «la ville n'a fait que suivre une logique intellectuelle de rattachement au service proposé sous la marque Velib pour désigner des services similaires à ceux proposés pour les vélos aux utilisateurs d'automobiles». Europcar, qui avait fait appel dans la foulée, a obtenu gain de cause vendredi. «La cour d'appel, contrairement au TGI, reconnaît le bien-fondé de la demande d'Europcar et fait interdiction à la ville de Paris d'utiliser, à l'avenir, la marque Autolib' dans le délai d'un mois à compter de la signification de l'arrêt», annonce un communiqué de la ville de Paris. \*

<http://www.lefigaro.fr/societes/2012/06/29/20005-20120629ARTFIG00730-autolib-a-un-mois-pour-changer-de-nom.php>

*\*En novembre 2012 un accord a été trouvé entre Europcar et la ville de Paris aux termes duquel la ville de Paris pourra conserver la marque Autolib.*

# Arrêt de la cour de cassation du 15 juin 2010 Free c. Free girl (extraits)

Attendu […] que la société Free\*, titulaire de la marque figurative "Free" déposée le 13 septembre 1995 […] a assigné le 22 juin 2004 la société Sporazur […] en nullité de la marque "Free Girl" déposée par cette dernière le 6 mars 1997 […], en **contrefaçon de la marque "Free" et pour actes de concurrence déloyale**

Attendu que la société Sporazur fait grief à l’arrêt [de la cour d’appel] d’avoir dit qu’elle avait commis des actes de contrefaçon de la marque "Free", d’avoir prononcé la nullité de la marque "Free Girl", de l’avoir condamnée à payer à la société Free diverses sommes. […]

Mais attendu que l’arrêt relève que la société Sporazur a commercialisé des articles de prêt à porter féminin sous la marque "Free girl" qui est une imitation de la dénomination de la société Free, créant ainsi une confusion dans l’esprit du public entre les deux entreprises se livrant à la même activité ; qu’ainsi la cour d’appel a caractérisé l’existence de faits distincts de concurrence déloyale ;

Rejette le pourvoi

*\*Activité de la SA FREE : commerce de gros de textile, d’articles de prêt-à-porter.*

[*http://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?oldAction=rechJuriJudi&idTexte=JURITEXT000022372029&fastReqId=1958466253&fastPos=1*](http://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?oldAction=rechJuriJudi&idTexte=JURITEXT000022372029&fastReqId=1958466253&fastPos=1)