

Rétrospective en propriété intellectuelle | 2017

Camilla Jacquemoud

Janvier 2017 | Décembre 2017

ATF 143 III 127

Les semelles rouges Louboutin sont-elles une marque ?

La force distinctive exigée pour la protection d'une marque ([art. 6^{quinquies} let. b ch. 2 Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle](#) ; [art. 2 let. a LPM](#)) est reconnue à un signe lorsque son aspect ou son contenu permet d'individualiser un produit. Cela se détermine par une analyse globale de l'impression que celui-ci laisse auprès des destinataires, compte tenu de l'ensemble des circonstances. Seul le symbole tel qu'enregistré fait foi, l'effet de son éventuelle utilisation ayant déjà eu lieu dans le commerce étant sans pertinence. Les marques de position – qui se caractérisent par la présence d'un élément visuel positionné toujours de la même manière sur un produit – entrent dans la notion légale de marque de [l'art. 1 al. 1 LPM](#). La position doit pouvoir être comprise par les destinataires comme étant un caractère distinctif du produit. En ce qui concerne les semelles Louboutin, dès lors que l'ensemble de la superficie des semelles est coloré de rouge, la position de ce signe sur le produit ne joue aucun rôle. Le signe se confond avec la structure du produit lui-même. De plus, les semelles rouges ne sont pas un élément distinctif pouvant être perçu comme tel, mais uniquement un élément esthétique de style. Partant, la couleur rouge des semelles ne peut pas faire l'objet d'une protection (SS). www.lawinside.ch/420/

ATF 143 III 216

La titularité d'une marque dans un groupe de sociétés

L'[art. 4 LPM](#) vise à protéger le détenteur économique de la marque contre l'enregistrement ou la rétention induit de celle-ci par un agent ou représentant. L'application de l'article suppose ainsi une relation contractuelle entre le titulaire formel de la marque et son détenteur économique qui (i) porte sur l'utilisation des signes distinctifs concernés et (ii) impose un devoir de loyauté au titulaire formel, lequel est violé en cas d'appropriation de la marque. Lorsque l'instance précédente n'a pas établi la nature précise de l'accord entre une société-mère et une société-fille après l'aliénation de la majorité du capital de cette dernière, elle ne peut pas retenir l'existence d'un devoir de loyauté sur la seule base de la coopération initialement envisagée entre les deux sociétés, dans la mesure où celle-ci ne s'est pas concrétisée par un accord contractuel. Un lien capitalistique n'est pas non plus suffisant (EJG).

www.lawinside.ch/422/

ATF 143 III 373

Le tabouret de bar de Max Bill est-il une œuvre protégée au sens de la LDA ?

Les exigences d'individualité afin qu'une œuvre bénéficie de la protection de la LDA sont plus élevées pour les œuvres des arts appliqués ([art. 2 al. 2 let. f LDA](#)) que pour les œuvres qui ne relèvent pas de cette catégorie. Le caractère individuel exigé dépend de la liberté de création dont l'auteur jouit en fonction de l'usage prévu de l'œuvre. Il faut se baser sur l'impression artistique générale et non sur les composants distincts d'une création pour déterminer si celle-ci constitue une œuvre ou non. Le tabouret de bar de Max Bill (« HfG-Barhocker ») suscite

une impression générale qui l'individualise lui-même ; il constitue donc une œuvre bénéficiant de la protection d'auteur (MHS). www.lawinside.ch/489/

Proposition de citation : CAMILLA JACQUEMOUD, Rétrospective en propriété intellectuelle 2017, www.lawinside.ch/pi17.pdf

Lien de téléchargement : www.lawinside.ch/pi17.pdf