

## Entraînement en autonomie

## Déposer une marque

Repérer les enjeux du droit de la concurrence et de la propriété industrielle pour l'entreprise

## Situation

En Roue Libre est un fabricant de trottinettes électriques qui a décidé de se lancer sur le marché de la location de trottinettes électriques à Paris. Il a déposé la marque Trotlib' sous les classes 12 (véhicules) et 28 (jeux/jouets). Auparavant, il a fait une recherche sur le site de l'INPI pour vérifier que la marque Trotlib' n'avait pas déjà fait l'objet d'un dépôt. Le dirigeant s'interroge également sur le risque d'être attaqué en justice car il sait que la Ville de Paris a intenté une action en annulation de marque contre une entreprise louant des scooters et qui avait déposé la marque Scootlib.

- 1 À l'aide de l'annexe 1, relevez les différents griefs soulevés par la Ville de Paris dans le cas de Scootlib.
- 2 À partir de l'annexe 2, quels conseils pouvez-vous donner au fabricant de trottinettes En Roue Libre ?



## La marque Scootlib n'appartient pas à la ville de Paris

Aujourd'hui, les noms « Velib' » et « Autolib' » sont des termes évocateurs et connus de la majorité de la population. En 2014, la ville de Paris, titulaire de ces marques, a assigné en justice la société Olky International en concurrence déloyale (dépôt frauduleux) et en contrefaçon pour avoir déposé la marque « Scootlib » et les noms de domaines correspondants. La ville estimait qu'elle avait dès 2007 un projet de services de location de scooters, que ses services de vélos et autos en libre-service bénéficiaient d'une notoriété forte, et qu'Olky ne pouvait pas méconnaître la prévisibilité que la ville étende ses services à ceux des scooters : il était fort possible qu'elle dépose alors le nom « Scootlib », en continuité avec les noms qu'elle avait choisis pour ses marques précédentes. Olky aurait cherché à tirer profit du succès réalisé par les services de la marque Vélib'. Cependant, la Cour d'appel n'a pas été de cet avis [...]. [Elle] a estimé que la

société Olky pouvait ne pas connaître au jour du dépôt de sa marque le succès futur des vélos de la ville et de son projet de scooters. De plus, cette dernière a tout de même laissé sans s'y opposer l'utilisation de Scootlib pendant plus de 5 ans ! (Sachant que la prescription pour former une action en nullité de marque est de 5 ans.) Par ailleurs, la Cour d'appel admet même la nullité de la marque Scootlib' de la Ville de Paris déposée en 2011, au motif qu'elle créerait un risque de confusion avec la même marque déposée par Olky en 2007...

Il paraît par contre étrange que la Cour ne reconnaisse pas une possible contrefaçon de la marque Vélib' par Scootlib : car dans l'esprit des consommateurs, il paraît probable que les deux services de location proviennent du même déposant. [...] Finalement, la Ville de Paris, en plus de se voir déboutée de sa demande, voit sa propre marque Scootlib annulée ! [...]

[www.iptrust.fr](http://www.iptrust.fr)

## Annexe 2

## L'intention de nuire

Le dépôt d'une marque est frauduleux, même si celui qui l'invoque ne dispose pas de droits antérieurs sur le signe litigieux, lorsqu'il est utilisé dans l'intention de priver autrui d'un signe nécessaire à son activité.



COMPÉTENCE Repérer les enjeux du droit de la concurrence et de la propriété industrielle pour l'entreprise

## La dépendance économique

### Situation



Speed Rabbit Pizza, Jeremy Pizz, Sert et T4 sont quatre sociétés spécialisées dans la livraison à domicile des pizzas. Seules les trois dernières sont, par le jeu des achats d'entreprises, des franchisés de Domino's Pizza. Ces quatre sociétés ont saisi l'ADLC pour des pratiques mises en œuvre par le groupe Domino's Pizza en France. Selon les quatre sociétés plaignantes, Domino's Pizza abuse de l'état de dépendance économique de certains de ses franchisés en leur consentant des délais de paiement anormaux, ceci afin de les maintenir en vie artificiellement pour leur permettre de pratiquer des prix très bas et ainsi d'empêcher le maintien ou l'arrivée d'autres concurrents sur le marché.

- 1 Toutes les entreprises peuvent-elles agir en justice en invoquant l'état de dépendance économique (annexe 1) ?
- 2 Existe-t-il, selon l'ADLC, un marché spécifique des chaînes de livraison de pizzas ? Quel est en conséquence le marché à prendre en considération (annexe 3) ?
- 3 L'abus de dépendance économique est-il caractérisé (annexes 2 et 4) ?

#### Annexe 1

##### Qui peut agir en justice ?

Aux termes de l'alinéa 2 de l'article L. 420-2 du Code de commerce, l'état de dépendance économique ne peut être invoqué que par une entreprise vis-à-vis de ses propres fournisseurs ou clients, exception faite du cas particulier d'un syndicat professionnel ayant en charge les intérêts moraux ou matériels d'une profession, dans la mesure où ceux-ci sont de nature à être affectés par les pratiques dénoncées.

#### Annexe 2

##### L'abus de dépendance économique

L'abus de dépendance économique suppose la réunion de trois conditions cumulatives : l'existence d'une situation de dépendance économique d'une entreprise à l'égard d'une autre, une exploitation abusive de cette situation et une affectation, réelle ou potentielle, du fonctionnement ou de la structure de la concurrence sur le ou les marchés considérés. En l'absence de l'une de ces trois conditions, l'abus de dépendance économique n'est pas établi.

#### Annexe 3

##### Déterminer le marché pertinent

Les entreprises plaignantes soutiennent que le marché à considérer est « celui de la concession de franchise en vente de pizzas à emporter, ou plus largement celui des chaînes de livraison de pizzas ». Dans une décision datant de 2015, l'ADLC a rappelé qu'« une distinction se fait habituellement entre le marché de la restauration rapide à bas prix (qui comprend les fast-foods, les self-services et la vente à emporter/livraison à domicile) et celui de la restauration plus sophistiquée incluant, notamment, un service à table. »

#### Annexe 4

##### La restauration rapide, un secteur très concurrentiel

Selon une étude Xerfi portant sur la pression concurrentielle dans le secteur de la restauration rapide entre 2000 et 2016, « l'existence de nombreux substituts, l'importance du nombre de restaurants, les faibles barrières à l'entrée, sont autant d'éléments qui contribuent à l'intensification de la concurrence intrasectorielle. »



- 1 Votre entreprise a-t-elle déjà été victime d'actes de concurrence déloyale ?
- 2 Votre entreprise pratique-t-elle une politique active de protection de son patrimoine immatériel : dépôt de brevet, de marques, de noms de domaine... ?