

#lepl2214 [[CM7 - Droit des marques]]

0.0.1 Caractère distinctif

Le signe doit être capable de créer le lien entre produit et origine économique => Le signe ne peut pas décrire le produit comme dit précédemment - Exemples refusés: Ice tea pour du thé glacé, Quick pour de la restauration rapide - Exemple autorisé mais WTF: la cour de justice de l'U.E. a autorisé "Baby Dry" pour des couches culottes => cette jurisprudence a causé un précédent qui a entraîné beaucoup d'autres affaires du même type jusqu'à ce que la CJUE revienne sur sa décision et annule la jurisprudence dans une autre affaire ultérieure.

1 => Preuve que le droit des marques est subjectif : la CJUE a été convaincue

En revanche, si la marque descriptive n'est pas autorisé, la marque figurative l'est et Quick peut protéger son logo.

Inburgering : caractère distinctif décrit par l'usage

Kellogg's a fait énormément de publicité pour ses "Rice Krispies" et on a considéré que le public estimait que "Rice Krispies" était une marque => caractère de marque acquis par l'usage. L'inverse est vrai également : la marque Google pour des recherches en ligne pourrait devenir descriptive. Certaines personnes utilisent "googler" pour "recherche en ligne". Si une majorité l'utilisent, Google perdrait son caractère distinctif. => Bic a perdu son caractère distinctif comme ça

0.0.1.1 Contraire à l'ordre public "La Mafia Se Sient A La Mesa" a été refusé car "la mafia" est mondialement compris comme renvoyant à une organisation criminelle => viole les valeurs de l'U.E.

0.0.1.2 Dépôt de mauvaise foi Si on enregistre une marque déjà existante, la marque originale peut faire annuler l'autre pour "dépôt de mauvaise foi" car tentative de vol de marque par procédure d'opposition.