

I Qu'est-ce qu'une marque commerciale ?.....	2
II Une marque commerciale doit être protégée.....	2
III Le logo LEGO ne peut être utilisé sur un site Web non officiel....	2
IV Les marques commerciales LEGO peuvent être utilisées sous certaines circonstances limitées sur un site Web non officiel.....	3
V Utilisation correcte de la marque commerciale LEGO sur un site Web.....	3
VI La marque commerciale LEGO ne peut être utilisée dans une adresse Internet.....	3
VII Utilisation d'une clause de non-responsabilité.....	3
VIII Qu'est-ce qu'un copyright ?.....	4
IX Le droit d'autoriser.....	4
X la cession de marque.....	5
XI La licence de marque.....	6

I Qu'est-ce qu'une marque commerciale ?

Une marque commerciale est un mot, un symbole ou une conception, notamment un logo ou la forme des produits ou de leur emballage, qui distingue les produits d'une société de ceux d'une autre société. Dans certains pays, la boîte de complément LEGO est protégée par une marque déposée. Une marque commerciale peut également servir à indiquer le soutien ou l'approbation du propriétaire de la marque pour les produits qui portent cette marque.

II Une marque commerciale doit être protégée

Une marque commerciale doit permettre de distinguer les produits d'une entreprise de ceux d'une autre. Si une marque commerciale perd cette capacité, le propriétaire peut estimer que rien n'empêche alors autrui d'utiliser la marque. Un propriétaire doit empêcher l'utilisation incorrecte de ses marques commerciales afin d'éviter la méprise du public. C'est pourquoi le groupe LEGO s'efforce très activement, aux quatre coins du monde, de veiller à l'utilisation correcte de ses marques commerciales.

III Le logo LEGO ne peut être utilisé sur un site Web non officiel

Le logo rouge vif de LEGO est devenu l'une des marques commerciales les plus reconnues dans le monde. Nous avons travaillé dur afin que ce logo devienne un symbole de produits créatifs haut de gamme pour les enfants. Le logo représente le groupe LEGO et nous ne pouvons risquer de perdre le trait distinctif de ce symbole. Nous devons donc insister sur le fait que le logo LEGO ne doit JAMAIS être utilisé sur un site Web non officiel.

IV Les marques commerciales LEGO peuvent être utilisées sous certaines circonstances limitées sur un site Web non officiel.

Les marques commerciales LEGO (mais pas le logo) peuvent être utilisées de façon non commerciale pour désigner des produits ou éléments LEGO qui sont présentés ou discutés sur un site Web, dans la mesure où la marque commerciale n'est pas excessivement mise en valeur ou utilisée d'une manière pouvant inciter un observateur à croire à tort que le site est sponsorisé ou autorisé par le groupe LEGO.

V Utilisation correcte de la marque commerciale LEGO sur un site Web

Si la marque commerciale LEGO est utilisée, elle doit l'être sous la forme d'un adjectif, pas d'un nom. Par exemple, dites « MODÈLES FABRIQUÉS À L'AIDE DE BRIQUES LEGO ». Ne dites jamais « MODÈLES FABRIQUÉS À L'AIDE DE LEGOS ». En outre, la marque commerciale doit apparaître dans la même police de caractères que le texte environnant et ne doit pas être isolée ou éloignée du texte environnant. En d'autres termes, les marques commerciales ne doivent pas être mises en valeur ni soulignées. Enfin, la marque commerciale LEGO doit toujours apparaître accompagnée d'un symbole ® à chaque utilisation.

VI La marque commerciale LEGO ne peut être utilisée dans une adresse Internet

La marque commerciale LEGO ne doit pas être intégrée dans une adresse Internet. Les adresses Internet sont devenues des outils utiles pour identifier la source d'une page d'accueil. L'utilisation de « LEGO » dans un nom de domaine pourrait créer l'impression trompeuse que le groupe LEGO a sponsorisé la page d'accueil.

VII Utilisation d'une clause de non-responsabilité

Une clause de non-responsabilité doit être utilisée lorsque la marque commerciale LEGO apparaît sur une page Web. Exemple : « LEGO® est une marque commerciale du groupe LEGO qui ne sponsorise, n'autorise et ne soutient pas ce site ». Toutefois, une clause de non-responsabilité ne

permet pas d'annuler une utilisation incorrecte de la marque commerciale. Par conséquent, l'utilisation du logo LEGO ou l'utilisation incorrecte de la marque commerciale LEGO ne peut être rendue correcte par l'inclusion d'une clause de non-responsabilité.

VIII Qu'est-ce qu'un copyright ?

Un copyright est un droit exclusif à effectuer ou distribuer des copies, par quelque moyen que ce soit, de documents écrits et artistiques originaux. Ce droit exclusif comprend le droit d'effectuer des copies dans la mémoire d'un ordinateur.

Les marques commerciales et logos affichés sur le site sont des marques du

groupe LEGO. Aucun élément contenu dans le site ne doit être interprété comme accordant,

par implication, préclusion ou autre, une licence ou un droit d'utilisation d'une marque

affichée sur le site sans l'autorisation écrite du groupe LEGO

ou d'un tiers propriétaire des marques affichées sur le site.

IX Le droit d'autoriser

Le propriétaire de la marque peut souhaiter ne pas exploiter personnellement ou

exclusivement sa marque, il peut alors confier cette exploitation à un tiers. Les contrats ayant

pour objet la marque sont nombreux (apport en société, nantissement...), mais à titre

principal, il s'agit de la cession ou de la licence de marque.

⌘ la cession de marque

La cession de marque est le contrat que aménage un transfert de propriété sur le signe au profit du cessionnaire. Ce contrat est particulièrement utile quand le propriétaire n'envisage pas ou plus d'exploiter le signe, cela permet d'éviter les sanctions de la déchéance pour défaut d'usage tout en réalisant un profit puisque le cessionnaire devra verser un prix fixé soit forfaitairement soit proportionnellement aux résultats d'exploitation du signe. La cession de marque est un contrat soumis à un régime spécial (a. L 714-1 et s.). Tout d'abord il s'agit d'un contrat solennel dont la validité repose sur la rédaction d'un écrit.

Ensuite, la cession est soumise à des formalités de publicité destinées à rendre opposable aux tiers l'opération. Tant que le contrat n'a pas fait l'objet d'une inscription au registre national des marques, le cédant est toujours réputé aux yeux des tiers, propriétaire du signe. Cela a pour conséquence de rendre le cessionnaire irrecevable dans une action en contrefaçon. Ainsi, la cession prend effet entre les parties au jour de la formation du contrat mais à l'égard des tiers à compter de la date d'inscription au registre national des marques.

La cession de la marque peut intervenir indépendamment du fonds de commerce dont elle est un élément mais à l'inverse, on considère que lorsqu'il y a vente du fonds de commerce, sauf clause contraire, la marque suit le sort du fonds. La cession peut être totale ou partielle : elle intéresse tout ou partie des produits ou services couverts par le signe. Par contre la cession ne peut être territorialement limitée ; la cession vaut nécessairement pour l'ensemble du territoire national (a. L.714-1). Si le propriétaire de la marque l'a fait enregistrée dans plusieurs Etats, il peut morceler les cessions par territoire national. Ces pratiques dans le cadre de l'espace économique communautaire sont cependant susceptibles d'être sanctionnées comme entente ou entrave à la libre circulation des produits¹.

¹ Voir, CJCE 18 fév.1971, aff Sirena, Rec 69

❖ La licence de marque.

La licence de marque est le contrat par lequel le licencié est autorisé à faire usage de la marque, avec ou sans exclusivité, contre paiement d'un prix. La licence de marque répond à la qualification de la location. Assez souvent, la licence intervient dans le cadre plus large du contrat de distribution dont certaines clauses permettent aux distributeurs d'exploiter les marques de l'initiateur du réseau (ex. franchise, concession).