

A LA UNE

DPI2024f2 **Étendue des droits du titulaire d'une marque**

- CJUE, *concl. av. gén. L. Medina*, 25 janv. 2024, n° C-334/22, *Audi AG c/ GQ*

Un vendeur de pièces détachées de voitures ne peut commercialiser ces pièces lorsqu'elles comportent un élément pour fixer l'emblème du constructeur automobile qui, par sa forme, est identique à une marque de l'Union européenne de ce constructeur ou qui lui est similaire au point de prêter à confusion.

La CJUE fut saisie d'une demande de décision préjudicielle portant sur l'interprétation de l'article 9, § 2 et 3, ainsi que de l'article 14, § 1, c) et § 2, du règlement (UE) n° 2017/1001 du 14 juin 2017 sur la marque de l'UE. À l'origine de cette demande formée par le Tribunal régional de Varsovie, se trouve un litige entre le constructeur automobile Audi et un grossiste en pièces détachées.

C'est fondamentalement la question de la possible concurrence entre constructeurs automobiles et fabricants de pièces détachées qui sert ici de trame. Si le droit des dessins ou modèles communautaires est sans doute le témoin privilégié de cette tension depuis quelques années avec la fameuse et lancinante question de la clause de réparation (art. 110, § 1, régl. (CE) n° 6/2002, 12 déc. 2001), c'est, ici, exclusivement sur le terrain du droit des marques que l'enjeu est posé.

Pour autant, dans cette espèce, les deux aspects ne sont pas si éloignés l'un de l'autre, car, comme le précise dans ses conclusions (§ 26) l'avocate générale Medina, « il est important de garder à l'esprit que la question posée par la juridiction de renvoi [...] ne porte pas sur la reproduction de l'emblème d'un constructeur automobile en tant que tel, mais sur l'emplacement prévu pour apposer cet accessoire sur la calandre, emplacement dont la forme, par définition, retrace les contours de cet emblème lui-même ».

On sait de longue date que la CJUE refuse d'exporter un mécanisme analogue à la clause de réparation vers le droit des marques ; pourtant, la Cour de renvoi se risque à sonder la CJUE sur ce point, considérant que s'il est « exclu d'appliquer par analogie la clause dite « de réparation » en droit des marques, cela n'exclut pas que la possibilité de limiter la protection des marques ait été envisagée par le législateur de l'Union ». La CJUE n'entre pas dans le débat de fond quant à l'articulation des deux droits de propriété industrielle aux effets différents susceptibles de se fixer sur un même objet commercial et refuse, classiquement, de « limiter, sur le fondement de cette disposition [l'article 110], le droit conféré au titulaire d'une marque de l'Union européenne par [l']article 9 du règlement sur la marque de l'UE ».

Le sujet de la clause de réparation évacué, la Cour déroule le raisonnement propre à apprécier l'éventualité d'une atteinte au droit du titulaire d'une marque. Concernant la forme litigieuse, elle considère le fait qu'il s'agisse d'un élément d'une pièce détachée pour un véhicule automobile, à savoir une calandre, comme dépourvu d'importance à cet égard ; un tel usage est accompli dans la vie des affaires d'une manière qui est susceptible de porter atteinte à une ou des fonctions de la même marque.

Dès lors, se pose la question, plus intéressante, des limites prévues à l'article 14, spécialement celle permettant aux fournisseurs de produits complémentaires à des produits offerts par le titulaire d'une marque d'utiliser cette marque afin d'informer, « le public [...] sur le lien utilitaire existant entre leurs produits [...] et ceux du titulaire de la marque ». En l'occurrence, « le choix de la forme de cet élément est guidé par la volonté de commercialiser une calandre qui ressemble d'une manière aussi fidèle que possible à la calandre originale du constructeur des véhicules automobiles en cause » (§ 56) et n'est pas utilisé pour désigner ou mentionner des produits ou des services comme étant ceux du titulaire de cette marque. Un tel usage ne relève pas de l'article 14, § 1, c).

Jean-Pierre Clavier, professeur de droit privé à Nantes Université

SOMMAIRE

► DROIT D'AUTEUR

- Productions générées ou créations assistées par l'intelligence artificielle ? 2
- Titularité des droits sur un modèle réalisé par un salarié 2
- La diffusion de musique par les pompes funèbres lors d'un enterrement est soumise au droit d'auteur 3
- Défaut de qualité à agir du « licencié » exclusif de droits d'auteur 3
- Urssaf et directeur de collection 4

► MARQUES

- Qualification d'une sous-catégorie autonome de produits pour apprécier l'usage sérieux 4
- Étendue de la protection de la marque de renommée « Richard Mille » 5
- Risque de confusion entre une marque renommée et une marque postérieure en l'absence de similarité des produits et services 5
- « Gaultier Divine » contrefait « Divine » 6
- Pas d'usage dans la vie des affaires pour la mention d'une marque dans une affiche satirique 6

► PROCÉDURE

- Présomption prétorienne de titularité 7
- Pratique du référé en matière de marques 7