

OMPI



SCT/19/2

ORIGINAL : anglais

DATE : 28 avril 2008

F

ORGANISATION MONDIALE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
GENÈVE

**COMITÉ PERMANENT DU DROIT DES MARQUES,
DES DESSINS ET MODÈLES INDUSTRIELS ET
DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES**

**Dix-neuvième session
Genève, 21 - 25 juillet 2008**

REPRÉSENTATION ET DESCRIPTION DES MARQUES NON TRADITIONNELLES
DOMAINES DE CONVERGENCE POSSIBLES

Document établi par le Secrétariat

TABLE DES MATIÈRES

	<u>Page</u>
I. INTRODUCTION	2
II. REPRÉSENTATION ET DESCRIPTION DES MARQUES NON TRADITIONNELLES – DOMAINES DE CONVERGENCE POSSIBLES	3
a) Signes visibles	4
i) Marques tridimensionnelles	4
ii) Marques de couleur	5
iii) Hologrammes	6
iv) Signes animés ou multimédias	7
v) Marques de position	8
vi) Marques gestuelles	8
b) Signes non visibles	9
i) Marques sonores.....	9
ii) Marques olfactives	10
iii) Marques gustatives.....	10
iv) Marques de texture ou marques tactiles	11
III. AUTRES QUESTIONS.....	11
a) Publication des marques non traditionnelles	11
b) Coûts pour les déposants et les offices	12
IV. CONCLUSION.....	13

I. INTRODUCTION

1. À sa quinzième session, tenue à Genève du 28 novembre au 2 décembre 2005, le Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques (SCT) a demandé au Secrétariat d'établir un document d'information sur les marques non traditionnelles (voir le paragraphe 8 du document SCT/15/4). En conséquence, le Secrétariat a établi le document SCT/16/2, qui décrit plusieurs types de marques non traditionnelles et traite de questions particulières qui s'y rapportent.
2. Le document SCT/16/2 se fonde dans une large mesure sur les renseignements communiqués dans les réponses au questionnaire de l'OMPI sur le droit des marques et sur la pratique en la matière figurant dans le document WIPO/STrad/INF/1 (ci-après dénommé "questionnaire") et sur des contributions ad hoc de différents membres du SCT. Il comprend une annexe qui donne des exemples des marques dont traite le document.
3. Après avoir examiné ce document à sa seizième session (tenue à Genève du 13 au 17 novembre 2006), le SCT a demandé au Bureau international d'élaborer, pour examen à sa session suivante, un nouveau document de travail qui exposerait les méthodes actuelles de représentation et de description des marques non traditionnelles. Ce document recenserait les domaines de convergence entre les membres du SCT et les questions qui pourraient se poser, y compris la possibilité de coûts supplémentaires, en particulier pour les pays en développement (voir le paragraphe 9 du document SCT/16/8).
4. En réponse à cette demande, le Secrétariat a établi le document SCT/17/2 sur la base des conclusions préliminaires contenues dans le document SCT/16/2 et des informations communiquées par les membres ci-après du SCT : Australie, Allemagne, Belgique (via l'Office Benelux de la propriété intellectuelle (OBPI)), Brésil, Bulgarie, Chili, Chine, Croatie, Danemark, Équateur, États-Unis d'Amérique, Ex-République yougoslave de Macédoine, Fédération de Russie, Finlande, France, Italie, Japon, Luxembourg (via l'Office Benelux de la propriété intellectuelle (OBPI)), Maroc, Moldova, Norvège, Pays-Bas (via l'Office Benelux de la propriété intellectuelle (OBPI)), République de Corée, Royaume-Uni, Slovénie, Suède, Suisse, Turquie et Communauté européenne.
5. Le document SCT/17/2 a été examiné par le SCT à sa dix-septième session (tenue à Genève du 7 au 11 mai 2007), à l'issue de laquelle le SCT a demandé au Secrétariat d'établir pour sa session suivante un document de travail qui tiendrait compte des délibérations du Comité permanent et présenterait des "enseignements essentiels" pour les États membres concernant la représentation des types de marques dont le SCT avait débattu à sa dix-septième session, compte tenu aussi des éventuelles communications supplémentaires que des membres du SCT présenteraient sur cette question spécifique (voir les paragraphes 7 et 8 du document SCT/17/7).
6. Le Secrétariat a établi le document SCT/18/2 en se fondant sur les travaux du SCT à sa dix-septième session concernant les marques tridimensionnelles, les marques de couleur et les marques sonores (voir les paragraphes 14 à 97 du document SCT/17/8 Prov.). Le document SCT/18/2 prend aussi en compte les informations supplémentaires communiquées par des membres du SCT avant la dix-septième session et les informations communiquées par le Brésil et la Turquie après la dix-septième session du SCT.

7. À sa dix-huitième session, le SCT a demandé au Secrétariat d'établir pour la session actuelle un nouveau document concernant les méthodes de représentation et de description des marques non traditionnelles qui identifierait des domaines de convergence possibles sur la base des documents SCT/17/2 et SCT/18/2 et du rapport de la dix-huitième session. Ce document devrait s'attacher plus particulièrement aux domaines dans lesquels les données d'expérience sont moindres et qui n'ont pas été approfondis dans le Traité de Singapour sur le droit des marques (voir les paragraphes 5 et 6 du document SCT/18/9).

8. Le présent document identifie des domaines de convergence possibles en ce qui concerne la représentation et la description des marques non traditionnelles dont les membres du SCT ont discuté pendant trois sessions consécutives (section II) et développe des informations contenues dans les communications d'États membres. Il traite en outre de questions supplémentaires, concernant la publication des marques non traditionnelles et les coûts pour les déposants et les offices, qui ont été examinées par le comité permanent (section III).

II. REPRÉSENTATION ET DESCRIPTION DES MARQUES NON TRADITIONNELLES – DOMAINES DE CONVERGENCE POSSIBLES

9. Dans les procédures d'enregistrement de marques du monde entier, il est généralement admis qu'une demande d'enregistrement doit contenir une représentation du signe dont l'enregistrement est demandé. Une représentation suffisamment claire de la marque constitue une condition d'attribution d'une date de dépôt dans la plupart des systèmes, sinon dans tous. Très souvent, cette représentation prend la forme d'une reproduction graphique ou photographique de la marque, même si certaines législations régionales autorisent d'autres modes de représentation pour certains types de marques, comme les marques non traditionnelles.

10. Parmi les autres modes de représentation possibles, on citera la description verbale, une série de photographies, un échantillon consistant en un objet portant la marque ou constitué de la marque elle-même, une reproduction numérique ou un enregistrement audio ou vidéo analogique ou numérique. Toutefois, la forme de représentation graphique employée doit permettre à toute personne qui consulte le registre de comprendre la nature de la marque. Par conséquent, une description très technique ou d'autres modes inhabituels de représentation ne seraient pas considérés comme adéquats.

11. Un point de la plus haute importance, s'agissant des marques non traditionnelles, est que la représentation doit montrer la nature de la marque et en exposer les éléments suffisamment clairement pour permettre un examen approprié, puis pour permettre de déterminer correctement la nature d'un signe donné et l'étendue de la protection qui lui est conférée. Aux fins de l'examen, une déclaration ou indication du type de marque dont l'enregistrement est demandé est aussi une exigence courante et son absence peut porter à conséquence lorsqu'il s'agit de déterminer le caractère non traditionnel du signe.

12. Pour résumer les modes de représentation actuels ou envisagés, le présent document suit la même structure que les documents précédents élaborés par le Secrétariat (à savoir les documents SCT/16/2 et SCT/17/2) et prévoit deux grandes catégories : les signes visibles et les signes non visibles. Étant donné que la portée du document et les conclusions proposées se limitent aux questions touchant la représentation et la description des marques non

traditionnelles, les slogans et les titres d'ouvrages et de films, qui étaient traités dans les documents précédents, ne seront pas mentionnés dans celui-ci puisque ces signes sont habituellement représentés comme les marques verbales ou figuratives traditionnelles.

a) Signes visibles

i) *Marques tridimensionnelles*

13. Les marques tridimensionnelles (p. ex. forme du produit, emballage ou récipient) sont considérées comme mieux établies que d'autres catégories de marques non traditionnelles. Elles sont d'ailleurs prises en compte dans la législation nationale et internationale sur les marques, notamment dans le Traité sur le droit des marques (TLT) de 1994 et dans le Traité de Singapour sur le droit des marques (Traité de Singapour) de 2006. Néanmoins, un certain nombre de divergences persistent en ce qui concerne la représentation de ces signes, comme on l'a noté au cours des travaux de trois sessions consécutives du SCT.

14. Le Règlement d'exécution du TLT¹ et celui du Traité de Singapour² contiennent des dispositions similaires visant la représentation des signes tridimensionnels. Ils prévoient qu'une demande d'enregistrement de marque tridimensionnelle doit contenir une déclaration ou indication du type de marque. Lors du dépôt, la représentation fournie peut, au choix du déposant, consister en une seule vue ou en plusieurs vues différentes de la marque. Aucune exigence particulière quant à la taille des reproductions n'est fixée dans le texte du traité ni dans le règlement d'exécution³.

15. Une fois que l'office a reçu la demande, il peut considérer que la représentation de la marque fournie par le déposant ne fait pas apparaître suffisamment les détails de la marque tridimensionnelle et inviter le déposant à fournir, dans un délai raisonnable fixé dans l'invitation, jusqu'à six vues différentes de la marque ou une description verbale de cette marque, ou les deux à la fois.

16. Dans un troisième temps, si un office considère que les différentes vues et/ou les descriptions de la marque ne font encore pas apparaître suffisamment les détails de la marque tridimensionnelle, il peut inviter le déposant à fournir, dans un délai raisonnable fixé dans l'invitation, un spécimen de la marque.

17. Ainsi, le Règlement d'exécution du TLT et celui du Traité de Singapour établissent tous deux un certain ordre selon lequel le déposant peut avoir à fournir différents éléments. Une indication que la marque est tridimensionnelle va déterminer non seulement la manière dont l'office appréciera le signe, mais aussi la nécessité éventuelle d'autres exigences. Un office peut considérer qu'une représentation graphique (p. ex. un dessin en perspective ou isométrique ou une photographie) est suffisante pour faire apparaître les détails de la marque tridimensionnelle. Cependant les offices sont libres d'exiger des vues supplémentaires, une description ou un spécimen du signe tridimensionnel s'ils le jugent nécessaire. De même, le déposant peut fournir plusieurs vues de la marque tridimensionnelle.

18. Un office peut estimer que des vues supplémentaires du signe sont nécessaires parce que la reproduction fournie ne fait pas suffisamment apparaître les caractéristiques tridimensionnelles du signe ou parce qu'il y a des éléments qui ne sont pas visibles. Au cours de différentes sessions du SCT, il a été débattu du nombre de vues qu'il conviendrait de publier lorsque le déposant en a fourni plusieurs. À cet égard, la question se pose du nombre

et de la taille des représentations ou vues fournies par le déposant. Fondamentalement, il n'apparaît pas de pratique généralisée. Certains offices peuvent publier la totalité des vues remises par le déposant, d'autres publieront uniquement la représentation montrant une seule vue de la marque, même si le déposant a fourni des vues supplémentaires.

19. D'autres éléments ont été mentionnés dans les communications des États membres et pendant les délibérations du SCT. Ils concernent la reproduction de la marque lorsque celle-ci est constituée d'une partie seulement du produit : dans ce cas, des lignes pointillées doivent être utilisées dans la reproduction pour indiquer la partie du produit qui n'est pas revendiquée comme faisant partie de la marque.

20. La question de savoir si la présentation de plusieurs vues différentes devrait être traitée comme condition d'attribution d'une date de dépôt, ou si ces vues différentes pourraient ou devraient être présentées au cours de l'examen, est indépendante de la question de savoir combien de vues différentes d'une marque tridimensionnelle il conviendrait de publier.

21. En ce qui concerne la description, il semble y avoir différentes manières d'apprécier cet élément, allant de la simple information supplémentaire fournie par le déposant à une exigence assortie de certaines conditions de longueur et de contenu, avec possibilité de modification visant l'exactitude.

22. Bien que le spécimen semble plutôt avoir son utilité dans des systèmes axés sur l'usage, il a aussi été mentionné comme un élément susceptible d'aider à déterminer la nature et la portée d'un signe tridimensionnel. Toutefois, il n'a pas été précisé si le spécimen devrait consister en un échantillon du produit proprement dit, en une image ou en une photographie.

Domaine de convergence possible n° 1

Pour une demande d'enregistrement de marque tridimensionnelle, l'on pourrait considérer si une représentation de la marque qui en montrerait les caractéristiques tridimensionnelles sous un seul angle pourrait être suffisante aux fins de l'obtention d'une date de dépôt. Les offices pourraient être libres d'exiger des vues supplémentaires ultérieurement pendant l'examen, s'ils estimaient en avoir besoin pour déterminer si la marque tridimensionnelle était enregistrable. Si des vues supplémentaires et d'autres éléments, tels qu'une description ou un spécimen de la marque traditionnelle, étaient exigés, il faudrait accorder au déposant un délai raisonnable pour les fournir. Le nombre et le type d'éléments supplémentaires requis pourraient être limités par la nécessité pratique de préciser la nature de la marque et l'étendue des droits revendiqués. En ce qui concerne la publication d'une marque tridimensionnelle, l'on pourrait réfléchir à la nécessité de publier des vues différentes d'une même marque. Dans l'hypothèse où l'on conviendrait qu'il ne faudrait publier qu'une seule vue d'une marque tridimensionnelle, l'on pourrait s'interroger sur l'opportunité de laisser au déposant la liberté de remettre des vues différentes d'une même marque tridimensionnelle⁴.

ii) Marques de couleur

23. Des entreprises utilisent de manière délibérée et systématique des couleurs et des combinaisons de couleurs, non seulement pour leurs produits et leurs conditionnements, mais aussi dans la publicité et même dans leurs points de vente. Des couleurs en elles-mêmes et des combinaisons de couleurs sans contours délimités ont été incluses dans la catégorie des marques non traditionnelles et acceptées à l'enregistrement dans plusieurs pays.

24. Les offices nationaux ou régionaux des marques imposent habituellement au déposant d'indiquer que le signe dont il demande l'enregistrement est une marque de *couleur en soi*⁵ ou une combinaison de couleurs, et de déposer un échantillon de la ou des couleurs sur papier. Il peut y avoir des exigences supplémentaires, par exemple, dans le cas des combinaisons de couleurs, une indication de la proportion de chaque couleur et de la manière dont les couleurs apparaissent sur la marque, et pour les marques constituées d'une couleur en soi, une représentation sans contour.

25. Il peut aussi être demandé au déposant de fournir une description écrite de la marque et en particulier de la manière dont la couleur s'applique aux produits, ou dont elle est employée en rapport avec les services pour lesquels son enregistrement est demandé. Il peut aussi être demandé au déposant de décrire la ou les couleurs en les désignant par leur nom commun.

26. La règle 3.5) du règlement d'exécution du Traité de Singapour dispose que lorsque la demande contient une déclaration indiquant que la marque est une marque de couleur, une Partie contractante peut exiger une ou plusieurs reproductions de la marque et des précisions sur celle-ci, selon ce que prévoit la législation de la Partie contractante⁶. Aucune autre disposition du Traité de Singapour ne traite de la représentation d'une couleur *en soi* ou d'une combinaison de couleurs.

27. Au cours des délibérations du SCT, plusieurs délégations ont fait observer qu'une représentation d'une couleur sur papier pourrait et dans certains cas devrait être complétée par l'indication du code de couleur correspondant selon un système d'identification internationalement reconnu tel que PANTONE®, RAL, Focoltone®, RGB, etc. Ces gammes chromatiques sont réputées précises et stables et y renvoyer dans les demandes d'enregistrement de marque contribuerait à préciser la nature et l'étendue des marques de couleur.

28. Comme pour d'autres types de marques non traditionnelles, une attention particulière devrait être portée à l'utilisation de moyens techniques spécialisés de reproduction ou de description des marques constituées d'une couleur *en soi*, tels que les chromatogrammes, puisque l'information figurant dans le registre des marques devrait rester accessible au grand public.

Domaine de convergence possible n° 2

Pour une demande d'enregistrement d'une marque constituée d'une couleur en soi ou d'une combinaison de couleurs sans contour délimité, une représentation de la marque pourrait consister en un échantillon de la ou des couleurs sur papier ou sous forme électronique. Les offices pourraient exiger que la ou les couleurs soient désignées par leur nom commun. En outre, les offices devraient permettre la référence

à une gamme chromatique reconnue, à choisir par le déposant. Les offices pourraient aussi exiger une description écrite de la manière dont la couleur est appliquée aux produits ou employée en rapport avec les services.

iii) Hologrammes

29. L'hologramme permet le stockage et la restitution optiques d'une image en trois dimensions. L'image peut changer selon l'angle choisi par l'observateur et cette caractéristique peut être difficile à rendre dans une reproduction sur papier. Néanmoins, un certain nombre d'offices ont accepté à l'enregistrement des marques hologrammes et ils ont exigé une représentation graphique de ces signes.

30. La représentation graphique d'un hologramme peut consister en une photographie unique qui restitue complètement l'effet holographique, accompagnée d'une déclaration ou indication du type de marque et généralement d'une description. Il peut cependant exister différents types d'hologrammes appelant des variantes dans la représentation.

31. Il a été indiqué que lorsque l'hologramme est constitué par l'image d'un objet unique qui ne se modifie pas, il pouvait être demandé au déposant de représenter cet objet soit en trois dimensions, soit sous différents angles. Lorsque, suivant l'angle de vue, l'hologramme représente plusieurs objets ou un objet qui se modifie, le formulaire de demande pourrait comporter l'image de chacun de ces objets.

32. Aux fins de l'examen, l'office peut exiger plusieurs vues de l'hologramme, différemment cadrées, avec description de l'angle de vue et de l'apparence. La description vise à définir avec précision l'objet dont la protection est revendiquée. Toutefois, dans certains cas, l'office pourrait demander au déposant de fournir une description de la marque uniquement lorsqu'il ne jugerait pas suffisante la représentation par des vues différentes.

33. En ce qui concerne la représentation d'une marque hologramme en tant que condition d'attribution d'une date de dépôt et la publication des marques de ce type, les questions soulevées sont similaires à celles que pose la représentation des marques tridimensionnelles. On pourra en particulier se demander si une vue unique de l'hologramme pourrait être considérée comme suffisante pour l'attribution d'une date de dépôt à la marque hologramme considérée. Il conviendrait aussi de déterminer s'il est nécessaire de publier toutes les vues qui constituent la marque hologramme.

Domaine de convergence possible n° 3

Pour une demande d'enregistrement de marque hologramme, la représentation de la marque pourrait consister en une vue unique du signe qui rende l'effet holographique dans son intégralité ou, si nécessaire, en plusieurs vues de l'hologramme sous différents angles. Le déposant pourrait inclure une description expliquant l'effet holographique ou tout autre détail pertinent de la marque, en particulier dans les cas où l'hologramme est constitué d'éléments multiples. En outre, l'on pourrait considérer si une représentation de l'hologramme consistant en une photographie unique qui restitue complètement l'effet holographique pourrait être suffisante pour l'attribution d'une date de dépôt à une demande de cette nature. Serait également à considérer

l'opportunité, dans les cas où le déposant soumettrait une représentation d'une marque hologramme consistant en plusieurs vues de l'hologramme, par exemple en des photographies distinctes cadrées différemment, de publier toutes les vues remises.

iv) *Signes animés ou multimédias*

34. Ces signes peuvent consister en un mouvement ou contenir les éléments d'un mouvement. Les images en mouvement peuvent être une courte séquence filmée, une vidéo, un logo animé pour une émission de télévision, etc. Deux modes principaux de représentation des signes animés ou multimédias ont été identifiés dans les pays où ils sont acceptés à l'enregistrement en tant que marques. La première méthode consiste à fournir une série d'images fixes décrivant avec précision le mouvement, accompagnée d'une description détaillée de la marque.

35. Il est parfois demandé en outre au déposant de préciser l'ordre chronologique des images en numérotant les différentes vues ou en indiquant leur succession dans la description écrite. Dans certains systèmes, il peut y avoir une limite au nombre de vues à fournir. Parfois aussi la description doit comporter d'autres éléments tels que la durée, la direction et la fréquence du mouvement. Une déclaration ou indication du type de marque dont la protection est demandée est normalement requise.

36. La seconde méthode de représentation consiste en une brève animation à remettre en même temps que la demande, accompagnée d'une description écrite indiquant la nature de la marque et décrivant le mouvement. Dans ce cas, un enregistrement analogique ou numérique du mouvement sera exigé. Si les demandes peuvent être déposées par voie électronique, il est possible de remettre un fichier électronique du mouvement.

Domaine de convergence possible n° 4

Pour une demande d'enregistrement de marque animée ou multimédias, la représentation de la marque pourrait consister en une série d'images fixes qui, mises ensemble, décriraient le mouvement. La demande pourrait comporter une description écrite expliquant le mouvement. Ou encore les offices pourraient exiger un enregistrement du signe sous forme analogique ou numérique.

v) *Marques de position*

37. L'emplacement particulier et distinctif d'un signe par rapport à un produit peut constituer une marque dans certains systèmes. Les marques de position sont généralement traitées comme des marques figuratives et une seule représentation comportant une vue unique du signe est généralement exigée.

38. La représentation du signe devrait cependant permettre à l'office de définir avec précision l'objet dont la protection est revendiquée. À cette fin, le déposant peut utiliser des lignes pointillées pour indiquer la partie de l'objet pour laquelle il ne revendique pas de protection.

39. La plupart des offices exigent une indication du type de marque et selon la représentation fournie, il peut être demandé au déposant de remettre une description écrite indiquant l'emplacement du signe (étiquette, poche, bouton, ruban, etc.) sur le produit.

Domaine de convergence possible n° 5

Pour une demande d'enregistrement d'une marque de position, la représentation de la marque pourrait consister en une vue unique de la marque. Il pourrait être imposé de représenter par des lignes pointillées la matière non revendiquée. Une description écrite expliquant la position de la marque par rapport au produit pourrait aussi être exigée si la représentation graphique fournie n'était pas suffisante.

vi) Marques gestuelles

40. Les gestes ont été mentionnés en tant que catégorie de marques non traditionnelles. Bien que l'enregistrement de ce type de signe reste exceptionnel, il semblerait que la représentation puisse en être assurée de deux manières. Lorsque le signe est traité comme une marque figurative, la représentation consisterait en une image unique ou en plusieurs images décrivant le mouvement, accompagnée(s) d'une description écrite.

41. Si le signe est considéré comme une marque animée, il peut être représenté par une série d'images fixes, accompagnée d'une description de la marque indiquant le geste concerné. Autre solution : la remise d'un enregistrement analogique ou numérique du geste. Si les demandes peuvent être déposées par voie électronique, un fichier électronique montrant le geste peut être remis. Dans les deux cas, une indication du type de marque sera exigée.

Domaine de convergence possible n° 6

Pour une demande d'enregistrement d'une marque gestuelle, la représentation de la marque pourrait consister en une image unique lorsque la marque est traitée comme marque figurative ou en plusieurs images décrivant le geste si la marque est considérée comme marque animée. Une description écrite expliquant le geste pourrait aussi être remise. Pour le reste, les considérations relatives au domaine de convergence possible n° 4 s'appliqueraient.

*b) Signes non visibles**i) Marques sonores*

42. Une marque sonore peut consister en des sons musicaux, soit préexistants soit créés spécialement aux fins d'un enregistrement de marque. Elle peut aussi consister en des sons non musicaux, soit existant dans la nature (p. ex. des sons émis par des animaux ou produits par des éléments météorologiques ou géographiques), soit provenant de machines ou autres dispositifs créés par l'homme.

43. La règle 3.6) du Règlement d'exécution du Traité de Singapour dispose que lorsque la demande contient une déclaration indiquant que la marque consiste en un signe non visible, une Partie contractante peut exiger une ou plusieurs représentations de cette marque, une indication du type de la marque et des précisions la concernant, selon ce que prévoit la législation de cette Partie contractante.

44. La représentation de sons musicaux s'effectue normalement par l'indication du type de marque dans la demande et par des notes de musique sur une portée. À ces exigences de base peut s'ajouter une description verbale du son, indiquant les instruments employés, les notes jouées, la longueur et toute autre caractéristique du son.

45. Les offices de nombreux pays exigent un enregistrement analogique ou numérique du son. Lorsque le dépôt électronique est possible, l'enregistrement du son peut être fourni au moyen d'un fichier électronique, par exemple au format MP3 ou .WAV.

46. La représentation de sons non musicaux peut s'effectuer par d'autres méthodes : onomatopée, description verbale, enregistrement analogique ou numérique du son annexé au formulaire de demande ou déposé par voie électronique, ou combinaison de ces méthodes.

47. Des procédés techniques tels qu'oscillogrammes, spectrogrammes ou sonogrammes ont aussi été employés comme moyens de représenter des signes sonores, habituellement en combinaison avec une indication du type de marque et une description. Toutefois, la question de savoir si ces formes de représentation sont suffisamment accessibles et compréhensibles par le grand public fait débat.

Domaine de convergence possible n° 7

Pour une demande d'enregistrement de marque sonore, la représentation d'une telle marque consistant en un son musical pourrait être une notation musicale sur une portée, accompagnée d'une description écrite de la marque, qui pourrait indiquer les instruments utilisés, les notes jouées, la longueur et toutes autres caractéristiques du son. Les offices pourraient exiger un enregistrement analogique ou numérique du son sur un support audio d'usage courant. Lorsque le dépôt électronique est possible, un fichier électronique du son pourrait être remis avec la demande.

La représentation d'une marque sonore consistant en un son non musical pourrait consister en une onomatopée, une description verbale ou un enregistrement analogique ou numérique du son remis avec la demande. Lorsque le dépôt électronique est possible, un fichier électronique du son pourrait être remis avec la demande.

ii) Marques olfactives

48. Des marques olfactives ont été enregistrées dans certains pays. Même si l'enregistrement de ce type de signe reste exceptionnel, il semblerait que la représentation puisse en être faite au moyen d'une description écrite de l'odeur. Cette représentation devrait être sous une forme qui communique à tout un chacun une information lui permettant d'identifier correctement la marque. Une indication du type de marque devrait normalement être incluse⁷.

49. La pratique des offices qui acceptent ce type de marque à l'enregistrement diffère quant au spécimen du signe à fournir : doit-il être remis en même temps que la demande, ou seulement s'il y en a besoin au cours de l'examen? Comme pour les autres types de marques non traditionnelles, la tendance est d'éviter le recours à des méthodes hautement spécialisées d'identification des odeurs, étant donné qu'elles ne seraient pas compréhensibles par tout le monde.

Domaine de convergence possible n° 8

Pour une demande d'enregistrement d'une marque olfactive, la représentation de la marque pourrait consister en une description de l'odeur. La question de savoir si l'office devrait exiger, au cours de l'examen, la présentation d'un spécimen du produit parfumé pourrait être considérée.

iii) Marques gustatives

50. Ce type de marque sensorielle a été accepté à l'enregistrement dans certains pays. En de tels cas, le déposant a fourni une représentation de la marque consistant en deux éléments : une indication du type de marque dans la demande et une description écrite énonçant les caractéristiques du goût. Il semble toutefois qu'à l'heure actuelle l'enregistrement de marques gustatives reste exceptionnel.

Domaine de convergence possible n° 9

Pour une demande d'enregistrement de marque gustative, la représentation de la marque pourrait consister en une description du goût. La question de savoir si l'office devrait exiger, au cours de l'examen, la présentation d'un spécimen du produit auquel la marque est appliquée pourrait être considérée.

iv) Marques de texture ou marques tactiles

51. Dans le cas des marques de texture, c'est la surface du produit qui peut assurer la reconnaissance, par exemple parce qu'elle a une structure ou une texture spécifique reconnaissable au toucher. Même si l'enregistrement de marques de texture ou de marques tactiles reste exceptionnel, des moyens de représenter de tels signes ont été identifiés.

52. Il est donc concevable que, en sus d'une indication ou déclaration concernant le type de marque dans la demande, une description écrite détaillée du signe et une représentation de la surface consistant en un échantillon de type Braille soient remises à l'office. Une représentation graphique indiquant l'emplacement de la marque sur le produit et une description écrite détaillée de la texture constitue une autre possibilité pour représenter ce type de marque.

Domaine de convergence possible n° 10

Pour une demande d'enregistrement d'une marque de texture ou d'une marque tactile, la représentation de la marque pourrait consister en une description écrite détaillée de la marque. La question de savoir si l'office devrait exiger une forme ou une autre de représentation graphique si les éléments fournis n'étaient pas suffisants pour déterminer la nature et les caractéristiques de la marque pourrait être considérée.

III. AUTRES QUESTIONS

a) Publication des marques non traditionnelles

53. Des questions touchant la publication des marques non traditionnelles ont été examinées par le SCT à ses dix-septième et dix-huitième sessions (voir la page 13 du document SCT/17/2). D'une manière générale, il est ressorti de ces délibérations que les offices ont des approches différentes à cet égard : publication sur papier, publication électronique sur CD-ROM ou sur l'Internet ou diverses combinaisons de ces méthodes.

54. La forme de publication choisie par un office peut influencer sur le type d'exigences que cet office impose en matière de représentation, en particulier pour des marques non traditionnelles. À propos de la représentation de différents types de marques non traditionnelles, nous avons traité plus haut certaines questions qui sont propres à une catégorie donnée de marques non traditionnelles. Cependant il se pose aussi des questions qui apparaissent pertinentes pour la publication de tous les types de marques.

55. En particulier, la publication de signes non visibles a amené à s'interroger sur la manière de communiquer au public la nature effective de la marque. Il serait semble-t-il plus facile de publier des signes non visibles sur un site Internet. On peut par exemple télécharger un fichier MP3 et le mettre à la disposition des utilisateurs en fournissant un URL ou un icône permettant d'accéder à la marque sonore ou multimédias. En revanche il est évident qu'une publication sur papier pourrait seulement fournir une référence indiquant que la représentation non graphique de tel signe non visible peut être consultée à tel endroit.

56. Dans les pays où l'on associe les méthodes, par exemple publication sur papier et sur CD-ROM, ou publication sur papier et sur un site Internet, la question de savoir laquelle des deux est considérée comme la publication officielle produisant certains effets juridiques peut faire débat. On considérerait traditionnellement que cette fonction était remplie par la publication sur papier, mais peut-être n'est-ce plus toujours le cas.

57. Il a été indiqué que, idéalement, une publication devrait se suffire à elle-même et donner suffisamment d'information aux utilisateurs et aux tiers qui souhaiteraient consulter des demandes en instance ou des marques enregistrées, selon le cas. À cet égard, il a aussi été signalé qu'il conviendrait de recommander une utilisation plus généralisée des codes INID (INID pour "Identification numérique internationalement agréée en matière de données bibliographiques"), de façon à faciliter la consultation des bases de données et des registres.

b) Coûts pour les déposants et les offices

58. La question des coûts a été traitée dans le document SCT/17/2 (voir les pages 14 et 15) et le SCT en a délibéré à sa dix-huitième session (voir les paragraphes 117 à 127 du document SCT/18/10 Prov.). Il a été observé, d'une manière générale, que le traitement des représentations de marques non traditionnelles consistant en des signes visibles ne semblait pas entraîner de coûts supplémentaires pour les offices.

59. En ce qui concerne les signes non visibles, il a été relevé que l'acceptation de tels signes à l'enregistrement pouvait dépendre de la capacité effective des offices de recevoir, traiter et publier les demandes de cette nature. Il a été constaté que le recours accru au dépôt

électronique contribuerait à faciliter la tâche des offices à l'égard de ces signes. Cela pourrait en particulier engendrer d'importantes économies, sachant qu'une publication électronique est considérablement moins onéreuse qu'une publication sur papier.

60. Une large prise de conscience s'est faite des différences de niveau de développement et d'accès aux technologies d'un pays à l'autre pour ce qui est des demandes d'enregistrement et de l'enregistrement de marques non traditionnelles. C'est d'ailleurs un point saillant de la Résolution de la conférence diplomatique complétant le Traité de Singapour sur le droit des marques et son règlement d'exécution ("la résolution").

61. En particulier, les paragraphes 3 à 7 de la résolution précisent que la conférence diplomatique est convenue que les articles 2 (Marques auxquelles le traité est applicable) et 8 (Communications) s'entendaient comme n'imposant aucune obligation aux Parties contractantes d'enregistrer des marques non traditionnelles ou de mettre en œuvre des systèmes de dépôt électronique ou d'autres systèmes d'automatisation. Chaque Partie contractante pouvait décider s'il convenait de prévoir l'enregistrement des marques non traditionnelles, et à quel moment.

62. En outre, et afin de faciliter la mise en œuvre du traité dans les pays en développement et les pays les moins avancés (PMA), la résolution crée un cadre pour la fourniture d'une assistance technique appropriée comprenant un appui d'ordre technique, juridique et autre, en vue de renforcer la capacité institutionnelle de ces pays et de leur permettre de tirer parti des dispositions du traité.

63. Il apparaît que ce cadre international offre diverses possibilités de coopération, y compris par l'échange de données d'expérience, visant la mise en place d'une source collective d'information à laquelle pourraient puiser les déposants, les utilisateurs et les offices.

IV. CONCLUSION

64. Il ressort des travaux menés jusqu'à présent par le SCT que les marques non traditionnelles sont un domaine auquel les États membres de l'OMPI commencent à porter de l'intérêt. L'étude des réponses au questionnaire sur le droit des marques et la pratique en la matière et les informations fournies par les membres du SCT dans leurs communications ont mis en lumière différentes approches possibles de la représentation des marques non traditionnelles. Le présent document a tenté de résumer ces approches et d'identifier des domaines de convergence possibles qui pourraient être utiles aussi bien pour les déposants que pour les offices.

65. Le SCT est invité à examiner le présent document et

i) à faire des observations sur les domaines de convergence possibles n° 1 à 10;

ii) à modifier les domaines de convergence possibles présentés dans le document, à en ajouter d'autres ou à supprimer n'importe lequel d'entre eux;

iii) à envisager tout autre moyen d'action en ce qui concerne les points i) et ii) ci-dessus.

[Fin du document]

¹ Règle 3.3)a) à e).

² Règle 3.4)a) à e).

³ Cependant, le formulaire international type n° 1 prévoit un espace de 8 x 8 cm.

⁴ C'est ce que prévoient actuellement la règle 3.3)b) du Règlement d'exécution du TLT et la règle 3.4)b) du Règlement d'exécution du Traité de Singapour.

⁵ Cela correspond à l'article 3.1)a)x) du Traité de Singapour.

⁶ La règle 3.5) vise aussi les marques hologrammes, les marques de mouvement et les marques de position.

⁷ La règle 3.6) vise toutes les marques consistant en des signes non visibles.