

# OMPI



SCT/20/2

ORIGINAL : anglais

DATE : 15 octobre 2008

F

ORGANISATION MONDIALE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE  
GENÈVE

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

**Vingtième session  
Genève, 1 - 5 décembre 2008**

REPRÉSENTATION DES MARQUES NON TRADITIONNELLES  
DOMAINES DE CONVERGENCE

*Document établi par le Secrétariat*

## INTRODUCTION

1. De sa seizième session (du 13 au 17 novembre 2006) à sa dix-neuvième session (du 21 au 25 juillet 2008), le Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques (SCT) a examiné un certain nombre de documents de travail traitant de la question de la représentation des marques non traditionnelles (voir les documents SCT/16/2, SCT/17/2, SCT/18/2 et SCT/19/2).

2. Ces documents de travail sont fondés sur les renseignements contenus dans la synthèse des réponses au questionnaire de l'OMPI sur le droit des marques et sur la pratique en la matière (document WIPO/STrad/INF/1, ci-après dénommé "questionnaire"), qui reproduit les réponses fournies par 73 États membres et trois organisations intergouvernementales et tient compte des contributions sur des points précis apportées par les membres ci-après du SCT : Allemagne, Australie, Belgique (par l'intermédiaire de 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 (par l'intermédiaire de l'OBPI), Maroc, Norvège, Pays-Bas (par l'intermédiaire de l'OBPI), République de Corée, République de Moldova, Royaume-Uni, Slovénie, Suède, Suisse, Turquie et Communauté européenne.

3. À sa dix-neuvième session, le Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques (SCT) est convenu de domaines de convergence en ce qui concerne la représentation des marques non traditionnelles, qui ont été reproduits dans l'annexe du présent document. À cet égard, le SCT a noté que ces domaines de convergence n'imposaient aucune obligation aux membres du SCT de prévoir l'enregistrement des marques non traditionnelles. Chaque membre a la faculté de décider s'il convient de prévoir l'enregistrement de ces marques, et à quel moment.

4. Le SCT est parti du principe que les domaines de convergence constituaient un corpus de référence pouvant être utilisé par les offices, tout comme par les propriétaires de marques et les spécialistes, qui adoptaient de nouvelles techniques de commercialisation et de publicité nécessitant de la souplesse quant à l'objet susceptible d'être utilisé pour désigner leurs produits ou leurs services.

*5. Le SCT est invité à prendre note des domaines de convergence en ce qui concerne la représentation des marques non traditionnelles dont est convenu le SCT à sa dix-neuvième session et qui figurent dans l'annexe du présent document.*

[L'annexe suit]

ANNEXE

REPRÉSENTATION DES MARQUES NON TRADITIONNELLES  
DOMAINES DE CONVERGENCE

Domaine de convergence n° 1  
Marques tridimensionnelles

*Pour une demande d'enregistrement de marque tridimensionnelle, une représentation suffisamment claire présentant une vue unique de la marque est suffisante pour l'attribution d'une date de dépôt. Néanmoins, les offices peuvent exiger davantage de vues ou une description de la marque tridimensionnelle aux fins de l'examen.*

Notes

1.01 Si des vues supplémentaires et d'autres éléments, tels qu'une description de la marque tridimensionnelle, sont exigés, le déposant doit disposer d'un délai raisonnable pour les fournir. La règle 5.1) du Traité de Singapour sur le droit des marques (Traité de Singapour) prévoit que l'office peut inviter un déposant à fournir des éléments manquants dans un délai indiqué dans l'invitation, délai qui est au moins d'un mois à compter de la date de l'invitation lorsque l'adresse du déposant se situe sur le territoire de la Partie contractante concernée et d'au moins deux mois lorsque l'adresse du déposant se situe hors du territoire de la Partie contractante concernée.

1.02 Les avis divergent quant au point de savoir combien de vues d'une marque tridimensionnelle doivent être publiées par l'office lorsque plusieurs vues sont présentées.

Domaine de convergence n° 2  
Marques de couleur

*Pour une demande d'enregistrement d'une marque constituée d'une couleur en soi ou d'une combinaison de couleurs sans contour délimité, les offices peuvent exiger qu'une représentation de la marque consiste en un échantillon de la ou des couleurs sur papier ou sous forme électronique. Les offices peuvent aussi exiger que la ou les couleurs soient désignées par leur nom commun. En outre, les offices doivent permettre la référence à une gamme chromatique reconnue, à choisir par le déposant. Les offices peuvent également exiger une description écrite de la manière dont la couleur est appliquée aux produits ou utilisée en rapport avec les services.*

Notes

2.01 En cas de combinaison de couleurs, certains offices exigent du déposant qu'il indique la proportion ou la répartition des couleurs utilisées.

2.02 Les gammes chromatiques internationalement reconnues sont réputées précises et stables et y renvoyer dans les demandes d'enregistrement de marques contribuerait à préciser la nature et l'étendue des marques de couleur.

Domaine de convergence n° 3  
Hologrammes

*Pour une demande d'enregistrement de marque hologramme, la représentation de la marque peut 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. Les offices peuvent exiger du déposant qu'il fournisse une description de la marque hologramme lorsqu'un dessin unique ou une série de dessins ne représentent pas l'hologramme avec précision.*

Note

3.01 Les avis divergent quant au nombre de vues que l'office devrait publier lorsque plusieurs vues de l'hologramme ont été fournies.

Domaine de convergence n° 4  
Marques animées ou multimédias

*Pour une demande d'enregistrement de marque animée ou multimédia, la représentation de la marque peut consister en une série d'images fixes qui, mises ensemble, décrivent le mouvement. Les offices peuvent exiger que la demande contienne une description écrite expliquant le mouvement. Ou alors, les offices peuvent exiger un enregistrement du signe sous forme analogique ou numérique. Lorsque les demandes peuvent être déposées par voie électronique, un fichier électronique peut être joint à la demande.*

Note

4.01 Les données d'expérience en matière d'enregistrement de marques animées ou multimédias semblent indiquer que le meilleur moyen de rendre le caractère de ces marques est de les représenter en mouvement.

Domaine de convergence n° 5  
Marques de position

*Pour une demande d'enregistrement d'une marque de position, la représentation de la marque peut consister en une vue unique de la marque. Il peut être exigé que les éléments dont la protection n'est pas revendiquée soient représentés par des lignes pointillées. Une description écrite expliquant la position de la marque par rapport au produit peut aussi être exigée si la représentation graphique fournie n'est pas suffisante.*

Note

5.01 Dans certains systèmes nationaux, les marques de position sont traitées comme un sous-ensemble d'autres types de marques telles que les marques figuratives ou les marques tridimensionnelles.

Domaine de convergence n° 6  
Marques gestuelles

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

Note

6.01 Le domaine de convergence en ce qui concerne les marques gestuelles est fondé sur l'idée selon laquelle le terme "marque gestuelle" est utilisé dans le secteur industriel, mais pas nécessairement dans les textes juridiques.

Domaine de convergence n° 7  
Marques sonores

*Pour une demande d'enregistrement de marque sonore, les offices peuvent exiger que la représentation d'une telle marque consiste en une notation musicale sur une portée, ou en une description du son constituant la marque, en un enregistrement analogique ou numérique du son ou en toute combinaison de ces éléments. Lorsque les demandes peuvent être déposées par voie électronique, un fichier électronique peut être joint à la demande. Toutefois, dans certains pays, seule une notation musicale sur une portée peut être considérée comme une représentation suffisante de la marque.*

Note

7.01 Les fichiers électroniques tels que MP3 ou WAV (format audio en forme d'onde) peuvent être déposés auprès de certains offices. Toutefois, la législation nationale peut toujours prévoir la possibilité de fournir des enregistrements analogiques.

Domaine de convergence n° 8  
Marques olfactives

Le SCT n'a pas été en mesure de dégager un domaine de convergence concernant la représentation des marques olfactives. Certains pays admettent que ces marques puissent être représentées au moyen d'une description, alors que, pour d'autres, une description ne saurait constituer une représentation suffisante du caractère de ces marques.

Domaine de convergence n° 9  
Marques gustatives

Le SCT n'a pas été en mesure de dégager un domaine de convergence concernant la représentation des marques gustatives. Certains pays admettent que ces marques puissent être représentées au moyen d'une description, alors que, pour d'autres, une description ne saurait constituer une représentation suffisante du caractère de ces marques.

Domaine de convergence n° 10  
Marques de texture ou marques tactiles

Le SCT n'a pas été en mesure de dégager un domaine de convergence concernant la représentation des marques de texture ou marques tactiles. Certains pays admettent que ces marques puissent être représentées au moyen d'une description, alors que, pour d'autres, une description ne saurait constituer une représentation suffisante du caractère de ces marques.

Publication des marques non traditionnelles

En ce qui concerne la publication des marques non traditionnelles, le SCT a noté que, avec l'avènement des nouvelles technologies et l'utilisation accrue des marques non traditionnelles, la limitation de la taille des représentations devenait moins pertinente, certains offices mettant plutôt l'accent sur la clarté de la représentation.

[Fin de l'annexe et du document]