

Comité du développement et de la propriété intellectuelle (CDIP)

Neuvième session
Genève, 7 – 11 mai 2012

ÉTUDE SUR L'APPROPRIATION ILLICITE DES SIGNES* – RÉSUMÉ

établie par Martin Senftleben, professeur à VU University Amsterdam (Pays-Bas), et comprenant les rapports par région et les rapports par pays établis par

M. Barton Beebe, professeur, New York University, New York (États-Unis d'Amérique) (rapport sur le Canada et les États-Unis d'Amérique)

Mme Tammy Bryan, associée, George Walton Payne & Co., Bridgetown (Barbade) (rapport sur la région des Caraïbes)

Mme Ksenia Fedotova, membre de la Chaire UNESCO sur le droit d'auteur et les autres droits de la propriété intellectuelle, Moscou (Fédération de Russie) (rapport sur la Fédération de Russie)

M. Dev Gangjee, maître de conférences, London School of Economics, Londres (Royaume-Uni) (rapport sur l'Inde)

M. Michael Handler, professeur associé, University of New South Wales, Sydney (Australie) (rapport sur l'Australie et le Pacifique Sud)

M. Mauricio Jalife, Instituto de Propiedad Intelectual y Derecho de la Competencia (IPIDEC), Mexico (Mexique) (rapport sur l'Amérique centrale)

M. Pierre El Khoury, professeur, université La Sagesse, Beyrouth (Liban) (rapport sur la région arabe)

Mme Nari Lee, chercheuse associée, Institut Max Planck pour la propriété intellectuelle et le droit de la concurrence, Munich (Allemagne) (rapport sur le Japon et la Corée)

* Les avis et opinions exprimés dans cette étude relèvent de la seule responsabilité de leurs auteurs et ne sont pas nécessairement ceux des États membres ou du Secrétariat de l'OMPI.

Mme Susanna H.S. Leong, professeur associée, National University of Singapore (Singapour) (rapport sur l'ANASE)

Mme Xiuqin Lin, professeur, et Mme Huijuan Dong, chercheuse, Xiamen University, Xiamen (Chine) (rapport sur la Chine)

M. Bernard Martin, professeur associé, University of the Western Cape, Le Cap (Afrique du Sud) (rapports sur l'ARIPO et l'Afrique du Sud)

Mme Ana María Pacón, professeur, université catholique du Pérou, Lima (Pérou) (rapport sur la Communauté andine)

M. Mariano Riccheri, maître de conférences et chercheur, Universidad de Alcalá, Madrid (Espagne) (rapport sur le MERCOSUR)

M. Martin Senftleben, professeur, VU University Amsterdam, Amsterdam (Pays-Bas) (rapport sur l'Union européenne)

M. Dashaco John Tambouto, professeur, université de Yaoundé II, Yaoundé (Cameroun) (rapport sur l'OAPI)

1. L'annexe du présent document contient un résumé de l'Étude sur l'appropriation illicite des signes établie au titre du Projet relatif à la propriété intellectuelle et au domaine public (CDIP/4/3 REV). Cette étude a été réalisée par Martin Senftleben, professeur à la VU University Amsterdam (Pays-Bas), avec la collaboration d'un groupe d'experts internationaux ayant établi des rapports par pays et des rapports par région. Elle porte sur la notion de "domaine public" en rapport avec le droit des marques et contient une analyse des législations relatives aux marques et de leur mise en œuvre dans les différents pays et régions. Le présent document comprend aussi un résumé des principales conclusions des rapports, une évaluation des incidences, et des conclusions sur les critères qui peuvent être utilisés en vue de déterminer la meilleure stratégie pour empêcher l'appropriation illicite des signes appartenant à un patrimoine commun et l'appropriation abusive des signes qui devraient rester accessibles au public.

2. *Le CDIP est invité à prendre note des informations contenues dans l'annexe du présent document.*

[L'annexe suit]

I. RÉSUMÉ

Notion de “domaine public”

En rapport avec le droit des marques, le domaine public peut être entendu comme constitué de tous les signes qui ne remplissent pas les critères pour être protégés en tant que marques ou qui sont exclus de cette protection. En outre, il peut être considéré comme comprenant les formes d'utilisation des signes protégés par une marque qui ne sont pas visées par les droits exclusifs du propriétaire de la marque. Cette notion est examinée sous l'angle de l'appropriation de signes qui devraient rester librement accessibles au public et de l'appropriation illicite des signes détenus par certaines collectivités.

Mécanismes juridiques prévus par le droit des marques

Le droit des marques prévoit plusieurs mécanismes juridiques permettant de laisser les signes et certaines formes d'utilisation librement accessibles. Premièrement, les signes peuvent rester accessibles du fait de leur exclusion générale de l'enregistrement et de la protection en tant que marques, par exemple pour l'un des motifs suivants : le signe est contraire aux bonnes mœurs et à l'ordre public, le signe n'est pas visuellement perceptible ou ne peut pas être représenté graphiquement, ou l'octroi de la protection en tant que marque reviendrait à accorder des droits exclusifs sur le produit en tant que tel au lieu de protéger une indication de la source attachée au produit. Ce type d'exclusion a un effet définitif dans le sens où il est généralement impossible d'acquérir des droits sur la marque, même si le signe en question a un caractère intrinsèquement distinctif ou a acquis ce caractère du fait de son utilisation dans le commerce.

Deuxièmement, les signes qui ne satisfont pas au critère de base du caractère distinctif ne peuvent pas faire l'objet de droits sur des marques. Ce deuxième mécanisme juridique a un effet moins définitif car le caractère distinctif requis peut être obtenu si le signe est utilisé dans le commerce. La commercialisation, qui a pour effet de présenter le signe considéré comme désignant une origine commerciale particulière, permet donc de pallier l'absence initiale de caractère distinctif qui fait obstacle à l'enregistrement et à la protection des marques.

Troisièmement, il convient de noter que la protection d'une marque ne confère pas à son propriétaire un pouvoir de contrôle général sur l'utilisation du signe protégé. Les droits exclusifs attachés aux marques sont limités à plusieurs égards et visent en particulier l'utilisation commerciale et l'utilisation en tant que marque mais pas l'utilisation susceptible d'induire les consommateurs en erreur, d'affaiblir le caractère distinctif ou la renommée de la marque, ou de permettre de tirer indûment profit de la marque. Même lorsque le signe est protégé en tant que marque, les formes d'utilisation qui ne relèvent pas des domaines protégés restent librement accessibles. Ces limites inhérentes aux droits sur les marques peuvent présenter un intérêt particulier en cas d'utilisation à des fins privées, religieuses, culturelles, pédagogiques ou politiques.

Quatrièmement, des exceptions particulières aux droits sur les marques peuvent être adoptées au niveau national pour certaines formes d'utilisation considérées comme particulièrement importantes, pour satisfaire des besoins sociaux, culturels ou économiques. Ces exceptions doivent rester limitées et tenir compte des intérêts légitimes du propriétaire de la marque et des tiers, tels que les consommateurs.

Analyse des législations et de leur mise en œuvre

Une analyse des législations relatives aux marques et de leur mise en œuvre dans plusieurs pays et régions montre que les mécanismes juridiques prévus par le droit des marques pour que les signes et certaines formes d'utilisation restent librement accessibles sont utilisés de diverses manières pour empêcher l'appropriation illicite des signes appartenant à un patrimoine commun et l'appropriation abusive de signes qui devraient rester accessibles au public.

Conclusions relatives aux exclusions générales de la protection

En ce qui concerne les signes appartenant à un patrimoine commun, les rapports par pays ou par région confirment que l'exclusion des signes relevant de l'article 6^{ter} de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle (ci-après dénommée "Convention de Paris") est une norme appliquée au niveau mondial. Parallèlement à l'exclusion des emblèmes d'États et d'organisations internationales intergouvernementales selon l'article 6^{ter}, plusieurs pays et régions ont prévu d'exclure d'autres signes officiels de l'enregistrement et de l'utilisation en tant que marques. Ces exclusions supplémentaires peuvent porter sur des emblèmes officiels de provinces ou de municipalités, de gouvernements ou d'organismes publics nationaux ou étrangers, des désignations visant des familles royales ou des maisons régnantes, des monuments nationaux ou des sites historiques, ainsi que des pièces de monnaie, des billets de banque, des décorations, des médailles et des prix.

Les législations relatives aux marques peuvent aussi exclure les signes susceptibles de discréditer ou de dénigrer des personnes vivantes ou décédées, des institutions, des croyances ou des symboles nationaux, ou de nature à suggérer à tort l'existence d'un lien avec eux. De la même manière, les signes qui portent atteinte au droit au nom, à l'image ou à la réputation d'une personne morale ou d'une communauté locale, régionale ou nationale peuvent être exclus. Les dispositions de ce type peuvent être utilisées pour empêcher l'enregistrement de signes et de symboles liés à des communautés autochtones. Certains pays ont expressément prévu le refus de l'enregistrement de signes composés du nom de communautés autochtones ou de dénominations, mots, lettres, caractères ou signes utilisés par ces communautés pour distinguer leurs produits, leurs services ou leurs modes de transformation ou constituant une expression de leur culture ou de leur pratique.

L'enregistrement des signes religieux peut être exclu au motif qu'il est contraire aux bonnes mœurs ou à l'ordre public. Dans certains pays, des dispositions spécifiques relatives aux signes religieux limitent cette exclusion aux cas où l'enregistrement d'une marque est demandé dans le but d'offenser ou de ridiculiser la religion concernée. Il en résulte que l'inclusion de noms religieux dans les marques enregistrées peut être acceptée lorsque ce but n'est pas poursuivi.

Toutefois, les rapports soulignent aussi que, pour que les signes appartenant à un patrimoine commun soient efficacement exclus de la protection des marques, il est souhaitable de faire figurer cette exclusion dans l'examen d'office des demandes effectué par l'office des marques. Si une exclusion ne peut être invoquée que dans le cadre d'une procédure d'opposition, les exclusions relatives aux signes appartenant à un patrimoine commun ne seront peut-être pas efficaces car les parties intéressées habilitées à former une opposition n'auront peut-être pas connaissance de la demande d'enregistrement d'une marque ou auront simplement disparu.

En ce qui concerne les signes que le public devrait pouvoir continuer d'utiliser, bon nombre de législations relatives aux marques excluent généralement de l'enregistrement des marques les formes de produits nécessaires pour obtenir un résultat technique, qui découlent de la nature des produits concernés ou qui définissent la valeur ou la qualité des produits. L'objectif de ces législations est de faire en sorte que les caractéristiques fonctionnelles des produits

restent accessibles à l'ensemble des concurrents sur le marché concerné. L'exclusion des formes fonctionnelles peut aussi être replacée dans le contexte plus large des exclusions relatives à la forme, la configuration, la couleur ou l'aspect des produits lorsqu'il existe un risque de limiter l'évolution d'un art ou d'une industrie.

Les exclusions peuvent aussi servir à empêcher l'utilisation des droits sur des marques pour prolonger artificiellement la durée de droits de brevets antérieurs. C'est la raison pour laquelle les noms des éléments ou composés chimiques entrant dans des substances ou préparations chimiques sont exclus de l'enregistrement dans certains pays. En outre, les signes qui reproduisent, imitent ou comprennent l'indication d'une obtention végétale protégée sont susceptibles de ne pas être enregistrés en tant que marques dans certains pays.

Dans certains pays, les marques de couleur en tant que telles font l'objet d'une exclusion générale. Les marques sonores et olfactives sont exclues de l'enregistrement dans les pays exigeant que les signes soient visuellement perceptibles. Plusieurs pays exigeant qu'une marque puisse être représentée graphiquement excluent les marques olfactives de l'enregistrement au motif qu'elles ne peuvent pas être représentées de manière suffisamment précise.

Dans certains pays, les termes génériques, entendus au sens de noms communs perçus essentiellement par les consommateurs concernés comme une description du genre de produit ou service considéré, sont généralement exclus de l'enregistrement. La démonstration d'un caractère distinctif acquis ne permet pas de surmonter l'exclusion.

Conclusions relatives au critère du caractère distinctif

Les rapports par pays ou par région confirment que le critère du caractère distinctif est utilisé pour refuser de protéger et d'enregistrer en tant que marques des signes descriptifs, y compris du point de vue géographique, et génériques. Il en résulte que les signes de cette catégorie restent disponibles pour les autres commerçants et le public en général tant qu'ils n'ont pas acquis un caractère distinctif du fait de leur utilisation dans le commerce.

Plusieurs rapports par pays ou par région indiquent aussi qu'il est souvent considéré que les signes culturels ou religieux ne présentent pas un caractère intrinsèquement distinctif. Le critère de base du caractère distinctif peut donc constituer un rempart efficace contre l'enregistrement et la protection de ces signes en tant que marques, par exemple s'agissant d'un signe religieux simple non associé à un autre signe. Cependant, le fait de conditionner l'octroi de la protection au caractère distinctif signifie aussi que les signes culturels ou religieux pourront être enregistrés et protégés en tant que marques lorsqu'ils permettront, du fait de leur utilisation dans le commerce, de distinguer des produits et services. Une conception relativement libérale du critère du caractère distinctif peut donc donner lieu à l'enregistrement en tant que marques de signes ayant une importance culturelle ou historique.

Pour certaines marques non traditionnelles, telles que les marques de forme et les marques de couleur en tant que telles, le critère du caractère distinctif peut constituer une entrave importante à l'enregistrement et à la protection. Dans plusieurs pays, l'enregistrement est en principe subordonné à la démonstration du caractère distinctif acquis du fait de l'utilisation dans le commerce.

Conclusions relatives aux limites inhérentes aux droits exclusifs

Les rapports par pays ou par région confirment que le critère de base de l'utilisation dans le commerce peut jouer un rôle important puisqu'il permet à certaines formes d'utilisation de signes protégés par des marques de rester librement accessibles. L'utilisation de ces signes pour des comptes rendus d'actualité, des critiques et des commentaires, des parodies, des

manifestations culturelles, des expositions publiques à but non lucratif et, d'une façon plus générale, à des fins non commerciales, n'équivaut pas nécessairement à une utilisation pertinente dans le commerce.

L'application d'une notion stricte de l'utilisation de la marque peut aussi permettre des références à la marque qui ne sont pas perçues comme des indications de l'origine commerciale, par exemple des références visant à exprimer des idées et des opinions. Il peut être considéré que les droits exclusifs du propriétaire de la marque ne s'appliquent pas à l'utilisation à des fins de publicité comparative et, plus généralement, à des fins d'information dans le cadre de la publicité, au motif que la référence à la marque à des fins de comparaison ou d'information n'est pas perçue par les consommateurs comme une indication de l'origine commerciale. Cependant, les rapports n'indiquent pas d'évolution homogène, au niveau mondial, en ce qui concerne la publicité comparative.

En ce qui concerne la protection des marques notoires contre leur affaiblissement, l'application stricte des critères relatifs aux atteintes aux droits peut également jouer un rôle essentiel pour permettre des utilisations socialement ou culturellement importantes. Certains rapports par pays ou par région confirment que la nécessité d'apporter la preuve d'un niveau relativement élevé de reconnaissance par le public pour obtenir le statut de marque notoire ainsi que des critères relativement stricts pour démontrer l'atteinte au caractère distinctif, le ternissement de la réputation ou la dépréciation de la renommée permettent de garantir que le signe notoire concerné reste disponible pour une utilisation sociale et culturelle. Dans plusieurs pays et régions, le degré de reconnaissance des produits et services considérés par les consommateurs concernés peut être suffisant pour obtenir le statut de marque notoire. Par ailleurs, dans certains pays, la jurisprudence n'a pas encore fait clairement évoluer les critères spécifiques utilisés pour déterminer si une marque est susceptible de bénéficier d'une protection accrue contre l'affaiblissement.

Conclusions relatives aux exceptions limitées

Les exceptions spécifiques aux droits sur les marques ne sont pas nécessairement généralisées dans tous les pays et régions. Celles qui ont pu être recensées dans les rapports incluent l'utilisation de bonne foi

1. du nom personnel, de l'adresse, du nom géographique ou du lieu d'activité;
2. des indications relatives à l'espèce, à la qualité, à la quantité, à la destination, à la valeur, à l'origine géographique, à l'époque de production du produit ou de prestation du service et à d'autres caractéristiques des produits ou services;
3. des caractéristiques fonctionnelles d'un contenant, d'une forme, d'une configuration, d'une couleur ou d'un aspect;
4. des indications relatives à la destination d'un produit ou service, en particulier en ce qui concerne les accessoires et les pièces détachées;
5. des droits antérieurs acquis de bonne foi; et
6. aux fins de la publicité comparative.

Les exceptions peuvent aussi être liées à l'utilisation d'une marque pour la revente de produits pour lesquels la protection de la marque est épuisée depuis la première vente effectuée sous le contrôle du propriétaire de la marque.

Plusieurs législations relatives aux marques prévoient expressément des exceptions aux fins des comptes rendus d'actualité, des critiques, des analyses et des parodies, par exemple pour contrebalancer la protection accrue des marques notoires contre leur affaiblissement. Dans certains pays, des exceptions visent l'utilisation non commerciale à titre privé et les références aux marques dans les discours, les travaux scientifiques ou littéraires et d'autres publications.

Diversité des approches relatives à la préservation du domaine public

L'analyse des législations relatives aux marques et de leur mise en œuvre montre que, dans les pays et régions étudiés, les mécanismes juridiques prévus par le droit des marques pour que les signes et certaines formes d'utilisation restent librement accessibles sont utilisés de diverses manières pour lutter contre l'appropriation illicite des signes appartenant à un patrimoine commun et l'appropriation abusive des signes qui devraient rester accessibles au public.

Toutefois, l'analyse montre aussi des différences dans la manière dont les mesures sont appliquées à l'égard de certains types de signes ou de certaines formes d'utilisation. Par exemple, si les signes génériques peuvent être purement et simplement exclus de la protection des marques dans certains pays, leur enregistrement peut être autorisé dans d'autres s'ils ont acquis un caractère distinctif du fait de leur utilisation dans le commerce.

De la même manière, les caractéristiques fonctionnelles d'un produit sont généralement exclues de la protection des marques dans de nombreux pays, indépendamment de leur caractère distinctif éventuel. Ailleurs, le critère général du caractère distinctif est jugé suffisant pour garantir l'existence des caractéristiques fonctionnelles du produit.

Dans certains pays, les signes religieux peuvent être généralement exclus de la protection des marques au motif que leur enregistrement serait contraire aux bonnes mœurs ou à l'ordre public. D'autres pays acceptent l'enregistrement des signes religieux dès lors qu'il peut être prouvé que ces signes présentent le caractère distinctif requis.

De même, dans certains pays, certains signes ayant une importance culturelle sont généralement exclus de la protection des marques. Dans d'autres pays, la protection des marques est déterminée par le critère du caractère distinctif. Un signe ayant une importance culturelle peut donc être enregistré en tant que marque lorsque la preuve de son caractère distinctif peut être apportée. Des différences comparables apparaissent en ce qui concerne les mécanismes juridiques permettant à certaines formes de demeurer librement accessibles. De nombreux pays prévoient des exceptions applicables à l'utilisation de signes protégés par une marque pour indiquer certaines caractéristiques d'un produit, notamment son lieu d'origine géographique. De nombreux pays prévoient également des exceptions en cas d'utilisation pour indiquer la destination d'un produit ou service. D'autres pays, cependant, n'ont pas adopté d'exception de ce type.

On peut aussi trouver des différences dans l'utilisation à des fins sociales et culturelles. Si de nombreux pays se fondent sur les limites inhérentes aux droits sur les marques, en particulier la limitation de la protection à l'utilisation dans le commerce et en tant que marque, pour permettre une utilisation socialement et culturellement utile, d'autres ont prévu des exceptions spécifiques applicables aux utilisations de ce type, comme l'utilisation dans des comptes rendus d'actualité, à des fins de critique et d'analyse ou pour la parodie.

Évaluation des incidences

Les différences exposées ci-dessus amènent à se demander quels critères permettraient de définir la meilleure stratégie pour lutter contre l'appropriation illicite des signes appartenant à un patrimoine commun et l'appropriation abusive des signes qui devraient rester accessibles au public. Les incidences sur les parties prenantes concernées permettent de tirer les conclusions ci-après.

Une exclusion générale de l'enregistrement dans le sens d'une interdiction absolue d'enregistrer et de protéger le signe en tant que marque produit l'effet suivant : le signe concerné ne peut en aucun cas être visé par des droits attachés à une marque. D'un côté, cette exclusion garantit que l'utilisation du signe par d'autres commerçants ou le grand public ne sera jamais entravée par des droits attachés à une marque. La protection des marques ne limitera pas la disponibilité du signe.

D'un autre côté, une exclusion générale – indépendamment du caractère distinctif éventuel d'un signe donné – signifie que, lorsque le signe présente effectivement un caractère distinctif, l'utilisation sans entrave du signe par les concurrents peut créer une confusion chez les consommateurs pour lesquels il constitue une référence à une source commerciale déterminée. Les avantages liés au fait que le signe est généralement disponible pour les autres commerçants et le grand public doivent donc être mis en balance avec le risque de confusion des consommateurs. Dans ce contexte, d'autres mécanismes juridiques, comme la protection générale contre la concurrence déloyale, peuvent être utilisés pour déterminer si le risque de confusion peut être limité grâce à des critères de protection ne relevant pas du droit des marques.

Par comparaison avec l'exclusion absolue de la protection, le fait de subordonner l'acquisition de droits sur la marque à l'existence d'un caractère distinctif a l'avantage d'éviter le risque de confusion des consommateurs qui percevraient le signe comme une indication de la source commerciale. Les signes qui n'ont pas un caractère distinctif ne peuvent pas être enregistrés et protégés en tant que marques. Cependant, cet obstacle peut être surmonté lorsque ces signes acquièrent un caractère distinctif du fait de leur utilisation dans le commerce. Dès lors que les consommateurs perçoivent un signe non distinctif, descriptif ou générique comme une indication de la source, les législations relatives aux marques qui se fondent sur le critère du caractère distinctif tiennent compte de ce changement et prévoient l'octroi de la protection. Ainsi, l'utilisation par les concurrents qui est susceptible d'induire les consommateurs en erreur peut être empêchée.

Cependant, rattacher l'octroi de la protection au critère du caractère distinctif ne garantit pas totalement la disponibilité des signes concernés. Dans la mesure où les signes peuvent acquérir un caractère distinctif du fait de leur utilisation dans le commerce, l'interdiction de les enregistrer et de les protéger en tant que marques reste relative et imprévisible. Sur le fond, l'acquisition de droits sur la marque dépend des efforts de commercialisation des commerçants et de leurs incidences sur la perception des consommateurs. Pour les entreprises, la possibilité d'obtenir des droits attachés à une marque pour un signe qui ne présente pas un caractère intrinsèquement distinctif peut être perçue comme une incitation à réaliser des investissements en vue d'acquérir ce caractère distinctif. Le risque d'encourager la création de droits sur des marques dans des domaines où les signes étaient censés rester librement accessibles doit être mis en balance avec l'avantage de la protection des consommateurs contre la confusion.

Les limites inhérentes aux droits attachés à des marques peuvent contribuer dans une large mesure à l'utilisation de signes protégés par des marques à diverses fins non commerciales. Par exemple, l'utilisation à des fins privées, religieuses, culturelles, pédagogiques ou politiques peut être considérée comme non constitutive d'une atteinte à la marque car il ne s'agit pas d'une utilisation dans le commerce ou en tant que marque. Avec l'expansion progressive des

droits attachés aux marques que l'on peut observer dans certains pays et régions en ce qui concerne la protection contre l'affaiblissement des marques et contre l'appropriation déloyale sans contrepartie, ces limites inhérentes aux droits attachés aux marques peuvent toutefois devenir des refuges moins fiables pour l'utilisation socialement et culturellement utile. Par exemple, la notion d'utilisation en tant que marque peut être étendue de manière à couvrir non seulement l'utilisation traditionnelle de la marque en tant qu'indication de la source mais aussi son utilisation en tant qu'instrument de communication véhiculant une image de marque et une réputation particulières. Il peut donc devenir plus difficile de définir les limites d'une utilisation des marques propice à des actions.

Lorsque, à la suite d'une telle évolution, les limites inhérentes aux droits sur des marques deviennent moins claires et prévisibles pour les utilisateurs potentiels, la protection des marques peut avoir un effet dissuasif croissant sur les utilisations socialement et culturellement utiles. Compte tenu de ces éléments, il peut être judicieux de rassurer les utilisateurs de signes protégés par une marque en leur rappelant que certaines formes d'utilisation échappent au contrôle du propriétaire de la marque grâce à l'adoption d'exceptions spécifiques aux droits sur les marques, telles que les exceptions relatives à la liberté d'expression ou les exceptions à des fins d'analyse ou de parodie. De cette manière, la sécurité juridique, qui était auparavant liée à une bonne connaissance des limites inhérentes aux droits sur les marques, pourrait être renforcée, et les utilisations socialement et culturellement utiles pourraient être encouragées.

La même logique peut justifier l'application d'exceptions dans d'autres domaines où il n'apparaît pas clairement que les critères relatifs aux atteintes, concernant notamment l'utilisation dans le commerce, l'utilisation en tant que marque et le risque de confusion, seraient appliqués d'une manière favorable à une libre utilisation. Des exceptions peuvent être adoptées dans le but de confirmer, par exemple, l'exemption prévue pour l'utilisation de signes protégés par une marque pour décrire les caractéristiques des produits ou services, y compris leur origine géographique, ou pour l'utilisation de signes pour indiquer la destination des produits ou services, comme les pièces détachées. Par conséquent, une évaluation de la sécurité juridique découlant d'une bonne connaissance générale des limites inhérentes aux droits sur les marques par les milieux commerciaux et le grand public devrait permettre de savoir si les critères relatifs aux atteintes, concernant notamment l'utilisation en tant que marque et le risque de confusion, suffisent à favoriser des formes d'utilisation qui devraient rester libres ou si l'adoption d'exceptions spécifiques est nécessaire pour offrir une sécurité juridique suffisante.

[Fin de l'annexe et du document]