



Communication commune sur la représentation
de nouveaux types de marques

Communication commune sur la représentation de nouveaux types de marques

1. Introduction

La directive (UE) 2015/2436 du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2015 rapprochant les législations des États membres sur les marques (ci-après la « nouvelle directive sur les marques ») contient des dispositions rapprochant davantage les législations des États membres sur les marques en ce qui concerne tant les questions de fond que les questions de procédure. Elle reflète en outre les dispositions du règlement (CE) n° 207/2009 (ci-après le « RMUE ») pour la plupart des questions de fond et définit un cadre procédural similaire. Les États membres devront transposer la nouvelle directive sur les marques en adaptant leurs législations nationales à son contenu dans les délais prévus à l'article 54, paragraphe 1, de ladite directive.

L'une des principales modifications apportées par les nouveaux instruments législatifs est la suppression de l'exigence de représentation graphique dans la définition tant des marques de l'Union européenne que des marques nationales. Par conséquent, il est possible d'accepter de nouveaux types de marques, déposées dans des formats qui n'étaient auparavant pas prévus par les systèmes nationaux ou régionaux. En outre, cette modification rendra la représentation de certains types de marques déjà acceptables plus facile et plus précise. L'article 3 du règlement d'exécution établissant les modalités d'application de certaines dispositions du RMUE (ci-après le « règlement d'exécution ») établit déjà ces nouveaux types de marques ainsi que les nouvelles exigences en matière de représentation. Cependant, la nouvelle directive sur les marques ne contient pas de définitions détaillées des types de marques et ne définit pas non plus d'exigences précises en matière de représentation. Dès lors, différents types de marques risquent d'être acceptés par différents offices qui peuvent appliquer des définitions différentes et imposer des exigences différentes en matière de représentation.

Pour éviter ce risque, la meilleure solution est que les services centraux de la propriété industrielle des États membres et l'Office Benelux de la propriété intellectuelle (ci-après collectivement les « offices des États membres ») ainsi que l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (ci-après l'« EUIPO ») adoptent volontairement les mêmes normes. L'absence d'adoption de normes communes engendrerait des pratiques divergentes qui ne pourraient pas être surmontées par des initiatives de convergence ordinaires en raison des contraintes juridiques découlant de tels instruments législatifs divergents. C'est pourquoi il est utile que les États membres discutent d'approches communes avant d'entamer le processus législatif afin de s'inscrire dans les objectifs d'harmonisation de la directive et de pouvoir créer un environnement réglementaire harmonisé.

Ainsi, afin de faciliter le processus de transposition et de renforcer l'effet harmonisateur de la nouvelle directive sur les marques, l'EUIPO et les offices des États membres s'emploient à assurer la mise en œuvre harmonisée et cohérente des nouvelles dispositions du RMUE et de la nouvelle directive sur les marques dans l'ensemble du réseau européen de la propriété intellectuelle.

La présente communication respecte pleinement les compétences et les responsabilités de la Commission européenne et des États membres de l'Union européenne et tient compte du fait que le processus de transposition est en cours, ainsi que des différents degrés de progression des États membres en matière de rédaction et d'application de leur législation nationale. Ainsi, le présent document sert simplement de recueil d'informations quant à l'interprétation dégagée par les offices des États membres et n'a aucun effet juridiquement contraignant sur les procédures législatives nationales des États membres. Il ne doit pas non plus être lu et interprété comme contenant des engagements spécifiques de la part des États membres qui limiteraient leur liberté de faire leurs propres choix dans le cadre des dispositions de la nouvelle directive sur les marques.

Il est également entendu que la présente communication commune sera régulièrement mise à jour afin de refléter les positions qui seront adoptées par les États membres, tant avant la transposition en droit national de la nouvelle directive sur les marques qu'après ladite transposition.

2. Objectifs de la communication commune

Au vu du stade précoce du processus de mise en œuvre, et étant donné que celle-ci peut faire l'objet d'une consultation et d'une approbation au niveau national, le présent document reflète l'approche que l'EUIPO et les offices des États membres ont adopté ou pourront adopter en ce qui concerne les définitions et les exigences en matière de représentation pour les nouveaux types de marques qui résultent de la suppression de l'exigence de représentation graphique.

Dans le but de faciliter l'harmonisation prélegislative, il fournit de façon transparente des informations structurées sur les types de marques, leurs définitions et leurs moyens de représentation pour chacun des offices. L'objectif est de contribuer à une transposition la plus harmonisée possible de la nouvelle directive sur les marques afin d'améliorer la sécurité juridique, la prévisibilité et l'accessibilité pour les utilisateurs.

3. Structure du document

Le présent document porte sur les deux questions de fond suivantes:

- (i) les définitions et les moyens de représentation des différents types de marques;
- (ii) les formats de fichiers électroniques acceptables pour les marques non traditionnelles.

Dès lors, il décrit l'approche adoptée et l'état de mise en œuvre pour chaque partie individuellement. Le point 4.1 détaille l'état des lieux en ce qui concerne les définitions et les moyens de représentation pour les différents types de marques, tandis que le point 4.2 contient des informations relatives aux formats de fichiers électroniques acceptables pour les marques non traditionnelles. Le point 5 donne un aperçu de l'état actuel de mise en œuvre dans les États membres pour ce qui est de la reconnaissance des différents types de marques, des définitions appliquées et des formats de fichiers acceptés.

4. Approche

4.1. Définitions et moyens de représentation des différents types de marques

Le tableau ci-dessous résume les définitions et les moyens de représentation qui s'appliquent à chacun des différents types de marques sur la base des définitions et des moyens de représentation énoncés à l'article 3 du règlement d'exécution. Les quatre derniers types de marques présentés dans le tableau constituent des marques non traditionnelles (marques sonores, marques de mouvement, marque multimédia, marques hologrammes).

Tableau n° 1: Définitions et moyens de représentation pour les marques figurant à l'article 3 du règlement d'exécution

Type de marque	Définition	Moyens de représentation
Marque verbale	Marque composée exclusivement de mots ou de lettres, chiffres ou autres caractères typographiques standard ou d'une combinaison de ceux-ci.	La marque est représentée par la soumission d'une reproduction du signe en écriture et mise en page standard, sans caractéristiques graphiques ou couleurs.
Marque figurative	Marque qui emploie des caractères, une stylisation ou une mise en page non standard, ou bien une caractéristique graphique ou une couleur, y compris marques composées exclusivement d'éléments figuratifs ou d'une combinaison d'éléments verbaux et figuratifs.	La marque est représentée par la soumission d'une reproduction du signe pour lequel l'enregistrement est demandé montrant l'ensemble des éléments qui le composent et, le cas échéant, ses couleurs.
Marque de forme	Marque qui consiste en, ou s'étend à, une forme tridimensionnelle, y compris les récipients, le conditionnement, le produit lui-même ou son apparence.	La marque est représentée par la soumission soit d'une reproduction graphique de la forme, y compris une image créée par ordinateur, soit d'une reproduction photographique. La reproduction graphique ou photographique peut contenir différentes vues.
Marque de position	Marque caractérisée par la façon spécifique dont elle est placée ou apposée sur le produit.	La marque est représentée par la soumission d'une reproduction identifiant dûment la position de la marque et sa taille ou proportion par rapport aux produits concernés. Les éléments ne faisant pas l'objet de l'enregistrement sont visuellement ignorés, de préférence par la présence de lignes discontinues ou pointillées. La représentation peut être accompagnée d'une description détaillant la façon dont le signe est apposé sur les produits.
Marque de motif	Marque qui consiste exclusivement en un ensemble d'éléments qui se répètent de façon régulière.	La marque est représentée par la soumission d'une reproduction montrant la répétition du motif. La représentation peut être accompagnée d'une description précisant la façon dont ses éléments se répètent de façon régulière.
Marque de couleur	Marque qui consiste i) exclusivement en une couleur unique sans contours ou ii) exclusivement en une combinaison de couleurs sans contours.	La marque est représentée par la soumission i) d'une reproduction de la couleur et d'une indication de cette couleur par référence à un code de couleurs généralement reconnu; ou ii) d'une reproduction montrant l'agencement systématique de la combinaison de couleurs de façon uniforme et prédéterminée et d'une indication de ces couleurs par référence à un code de couleurs généralement reconnu. Une description précisant l'agencement systématique des couleurs peut également être ajoutée.

Marque sonore	Marque composée entièrement d'un son ou d'une combinaison de sons.	La marque est représentée par la soumission d'un fichier audio reproduisant le son ou par une représentation fiable du son en notation musicale.
Marque de mouvement	Marque qui consiste en, ou s'étend à, un mouvement ou un changement de position des éléments de la marque.	La marque est représentée par la soumission d'un fichier vidéo ou par une série d'images fixes séquentielles montrant le mouvement ou le changement de position. Lorsque des images fixes sont utilisées, elles peuvent être numérotées ou accompagnées d'une description expliquant la séquence.
Marque multimédia	Marque qui consiste en, ou s'étend à, une combinaison d'image et de son.	La marque est représentée par la soumission d'un fichier audiovisuel contenant la combinaison de l'image et du son.
Marque hologramme	Marque composée d'éléments ayant des caractéristiques holographiques.	La marque est représentée par la soumission d'un fichier vidéo ou d'une reproduction graphique ou photographique contenant les vues nécessaires pour l'identification suffisante de l'effet holographique complet.
Autre	Marque qui n'est pas couverte par l'un des types de marques énumérés ci-dessus.	La marque est représentée sous n'importe quelle forme appropriée au moyen de la technologie communément disponible, pour autant qu'elle puisse être reproduite dans le registre de façon claire, précise, distincte, facilement accessible, intelligible, durable et objective, afin de permettre aux autorités compétentes et au public de déterminer clairement et précisément l'objet de la protection accordée à son titulaire. La représentation peut être accompagnée d'une description.

4.2. *Formats de fichiers électroniques acceptables pour les marques non traditionnelles.*

Dans le cadre des dépôts de marques, les offices des États membres prévoient d'accepter les formats de fichiers électroniques énumérés dans le tableau n° 2 ci-dessous. Ledit tableau indique quels formats de fichiers ils prévoient d'accepter pour chaque type de marque non traditionnelle.

Cette approche, que l'on peut qualifier d'approche « mono-format », repose sur les principes de diminution des coûts de développement et maintenance ainsi que d'amélioration de l'interopérabilité entre les systèmes lors de recherches, par exemple dans TMView.

Tableau n° 2: formats de fichiers électroniques acceptables prévus pour les marques non traditionnelles – approche mono-format

Type de marque	Format de fichier électronique
Marque sonore	JPEG
	MP3
Marque de mouvement	JPEG
	MP4
Marque multimédia	MP4

Marque hologramme	JPEG
	MP4

Le fait d'accepter l'approche mono-format n'empêche pas l'acceptation d'autres formats pour l'enregistrement de ces types de marques. Les formats électroniques supplémentaires sont repris au tableau n° 6 du présent document.

5. État de mise en œuvre

Les tableaux n° 3 à 6 ci-dessous donnent un aperçu de ce qu'envisagent actuellement les offices en ce qui concerne les différents types de marques, leurs définitions et les formats de fichiers électroniques acceptés.

Tableau n° 3: types de marques qui seront acceptées

Ce tableau contient les types de marques qui seront reconnus par les offices des États membres. La colonne «types supplémentaires» concerne certains types de marques supplémentaires spécifiques expressément reconnus par les offices des États membres. La colonne « autre » concerne les marques qui ne sont couvertes par aucun des autres types de marques mentionnés, au sens de l'article 3, paragraphe 4, du règlement d'exécution, pour autant qu'elles répondent aux exigences obligatoires.

Mise en œuvre de la reconnaissance des différents types de marques													
Office	Date d'entrée en application	L'office de l'État membre <i>reconnaitra</i> les types de marques suivants:											
		Marque verbale	Marque figurative	Marque de forme	Marque de position	Marque de motif	Marque de couleur	Marque sonore	Marque de mouvement	Marque multimédia	Marque hologramme	Types supplémentaires	«Autre»
AT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
BG		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X ⁽¹⁾	✓
BX		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
CY		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
CZ		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
DE		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X ⁽³⁾	✓
DK		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
EE		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
ES		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
EUIPO		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
FI		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X ⁽¹⁾	✓
FR		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
GR		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
HR		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
HU		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X ⁽²⁾	✓
IE		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
IT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
LV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
LT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
MT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⊗	✓
PL		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X ⁽¹⁾	✓
PT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X ⁽¹⁾	✓

RO		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
SE		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
SI		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
SK		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
UK		✓	✓	✓	⊗	⊗	✓	✓	⊗	⊗	⊗	n.d.	✓

✓	L'office de l'État membre reconnaîtra ce type de marque
⊗	Ce type de marque n'est pas spécifiquement mentionné dans la législation actuelle de l'État membre, mais pourra être déposé en tant que «autre».
n.d.	Non disponible

(1) = Tout autre type de marque qui verrait le jour à l'avenir en conséquence des évolutions technologiques, pour autant que la marque réponde aux exigences obligatoires.

(2) = Slogans et signaux lumineux pourvus d'un caractère distinctif.

(3) = Les marques de traçage sont également reconnues

Tableau n° 4: définitions des différents types de marques

Mise en œuvre des définitions mentionnées à l'article 3 du projet de règlement d'exécution												
Office	Date d'entrée en application	L'office de l'État membre <u>retiendra les définitions</u> établies à l'article 3 du projet de règlement d'exécution pour les types de marques suivants (Tableau n° 1):										
		Marque verbale	Marque figurative	Marque de forme	Marque de position	Marque de motif	Marque de couleur	Marque sonore	Marque de mouvement	Marque multimédia	Marque hologramme	
AT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
BG		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
BX		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
CY		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
CZ		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
DE		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
DK		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
EE		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
ES		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
EUIPO		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
FI		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	
FR		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
GR		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
HR		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
HU		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
IE		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
IT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
LV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
LT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

MT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PL		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
RO		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
SE		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
SI		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
SK		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
UK (*)		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

✓	L'office de l'État membre reconnaîtra ce type de marque
n.d.	Non disponible

(*) = Le Royaume-Uni considère la notion de type de marque comme une aide administrative et ne cherche pas à définir de types en soi.

Tableau n° 5: Formats de fichiers électroniques acceptés pour les marques non traditionnelles

Application de l'approche « mono-format » pour les marques non traditionnelles					
Office	Date d'entrée en application	L'office de l'État membre <u>acceptera les formats de fichiers électroniques énumérés dans le cadre de l'approche « mono-format »</u> tels que figurant dans le tableau n° 2 pour chacun des types de marques suivants:			
		Marque sonore	Marque de mouvement	Marque multimédia	Marque hologramme
AT(*)		✓	✓	✓	✓
BG		✓	✓	✓	✓
BX		✓	✓	✓	✓
CY		✓	✓	✓	✓
CZ		✓	✓	✓	✓
DE		✓	✓	✓	✓
DK		✓	✓	✓	✓
EE		✓	✓	✓	✓
ES		✓	✓	✓	✓
EUIPO		✓	✓	✓	✓
FI		✓	✓	✓	✓
FR		✓	✓	✓	✓
GR		✓	✓	✓	✓
HR		✓	✓	✓	✓
HU(*)		✓	✓	✓	✓
IE		✓	✓	✓	✓
IT		✓	✓	✓	✓
LV(*)		✓	✓	✓	✓
LT		✓	✓	✓	✓
MT		✓	✓	✓	✓
PL		✓	✓	✓	✓
PT		✓	✓	✓	✓
RO		✓	✓	✓	✓
SE		✓	✓	✓	✓

SI		✓	✓	✓	✓
SK		✓	✓	✓	✓
UK		✓	✓	✓	✓

(*) = Utilisera les formats proposés, mais acceptera également des formats supplémentaires. Ces derniers sont présentés dans le tableau n° 6 ci-dessous.

Tableau n° 6: Formats de fichiers électroniques supplémentaires acceptés

Formats de fichiers électroniques supplémentaires acceptés pour chaque marque non traditionnelle		
Type de marque	Format	Acceptée par (office)
Marque sonore	PNG	HU, LV, ES
	TIF, TIFF	HU, LV, ES
	WAV	AT, HU, LV, RO
	WMA	LV
	M4A	LV
	BMP	LV, ES
	GIF	ES, RO
	OGG	PT
	MPEG	RO
Marque de mouvement	M4A	HU
	MPG, MPEG	HU, LV
	PNG	HU, LV, ES
	TIF, TIFF	HU, LV, ES
	WMV	LV
	MKV	LV
	MOV	LV
	M4V	LV
	AVI	LV
	BMP	LV, ES
	OGG	PT
	GIF	ES, RO
	Marque multimédia	M4A
MPG, MPEG		HU, LV
MOV		LV
JPG		LV
AVI		LV
WMV		LV
MKV		LV
OGG		PT
M4V		LV
Marque hologramme	M4A	HU
	MPG, MPEG	HU
	PNG	HU, LV, ES
	TIF, TIFF	HU, LV, ES
	BMP	LV, ES
	OGG	PT
	GIF	ES, RO

L'acceptation des formats de fichiers électroniques figurant dans les tableaux n° 5 et 6 par les offices des États membres ne les empêche pas d'accepter d'autres formats à l'avenir, à la suite d'évolutions technologiques par exemple.

Un aperçu complet des formats de fichiers électroniques acceptés pour tous les types de marques par chacun des offices est disponible [ici](#).