



association des praticiens du droit des marques et des modèles

## FLASH APRAM n° 240 – Marque I ♥ PARIS : fin de l'idylle

**Cour de Cassation, chambre commerciale, 6 janvier 2015, pourvoi n° Q 13-17.108, Laurent Zilberberg et France Trading / Paris Wear Diffusion**

Chers Amis,

Par son arrêt du 6 janvier 2015, la Chambre Commerciale de la Cour de Cassation est venue réaffirmer avec force qu'un signe à vocation essentiellement décorative ne saurait être une marque valable.

La société Paris Wear Diffusion avait assigné Monsieur Zilberberg en nullité de diverses marques françaises I ♥ PARIS et J ♥ PARIS, pour différents produits des classes 9, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 28 et 34, au total. Cette action en nullité faisait suite à une opposition formée

par Monsieur Zilberberg à l'encontre des marques  et  déposées par la société Paris Wear Diffusion.

Dans son arrêt du 8 mars 2013, la Cour d'Appel de Paris avait prononcé la nullité des marques de Monsieur Zilberberg, exploitées par la société France Trading, pour défaut de caractère distinctif.

La Cour de Cassation rejette le pourvoi, en rappelant, cela ne peut pas faire de mal, que « *pour être distinctif, un signe, même s'il n'est ni nécessaire, ni générique ni usuel ni descriptif, doit conduire le public pertinent à penser que les produits ou services en cause proviennent d'une entreprise déterminée* ».

La chambre commerciale approuve la Cour d'Appel d'avoir retenu que le public pertinent était en l'occurrence celui des « touristes d'attention moyenne en quête de l'achat de souvenirs afin de conserver une trace de leur passage à Paris », et que ce public ne peut percevoir les signes I ♥ PARIS et J ♥ PARIS, quelle que soit sa langue, que « *comme des signes*

*décoratifs » et « non pas comme des marques lui garantissant que les produits sur lesquels ils sont apposés sont fabriqués et commercialisés par la société France Trading, licenciée de Monsieur Zilberberg », malgré la présence de ces mentions sur les étiquettes des produits.*

La Chambre Commerciale approuve donc les constatations de la Cour d'Appel faisant ressortir que « *la fonction d'identification d'origine des marques n'était pas remplie* ».

Il faut se féliciter de cette décision, car il eut été impensable de valider un monopole sur de tels signes d'une grande banalité et florissant depuis des décennies dans toutes les grandes villes du monde, insusceptibles à l'évidence d'exercer la fonction de marque.

Encore une histoire d'amour qui finit mal...

Equipe Flash

Guillaume Marchais – Tanguy de Haan – Agnès Hasselmann-Raguet – Stève Felix