

Rechercher un article

 depuis un mois

Formularende

ACTUALITES

[à la une](#)

[international](#)

[europe](#)

[france](#)

[société](#)

[régions](#)

[carnet](#)

[horizons](#)

[analyses & forums](#)

[entreprises](#)

[communication](#)

[aujourd'hui](#)

[météo](#)

[sports](#)

[sciences](#)

[culture](#)

[l'Irak en ligne](#)

Droit et économie

Les marques n'ont pas d'odeur, par Stéphane Corone
LE MONDE ECONOMIE | 31.03.03 | 17h39

"L'échantillon olfactif ne peut constituer une représentation durable, car une odeur se modifie avec le temps, du fait de la volatilité de ses composants, jusqu'à disparaître complètement".

"Lecteur, as-tu quelquefois respiré/Avec ivresse et lente gourmandise/Ce grain d'encens qui remplit une église./Ou d'un sachet le musc invétéré ?/ Charme profond, magique dont nous grise/Dans le présent le passé restauré/Ainsi l'amant sur un corps adoré/Du souvenir cueille la fleur exquise." Comme l'indique l'avocat général auprès de la Cour de justice des Communautés européennes (CJCE), ces vers de Charles Baudelaire illustrent la forte capacité d'évocation des parfums. Ces derniers peuvent-ils pour autant être décrits avec précision ? Tel était l'objet de l'affaire jugée par la Cour européenne le 12 décembre 2002 (C-273/00).

En l'espèce, un industriel allemand, M. Sieckmann, a demandé à l'Office allemand des brevets et des marques d'enregistrer une "marque olfactive" qu'il voulait appliquer à différents produits. La marque en question devait protéger "la substance chimique pure Methylcinnamat (ou méthylesther d'acide de cannelle), dont la formule chimique est C6H5-CH = CHC00CH3". M. Sieckmann a, en outre, fourni un récipient contenant un échantillon olfactif et a indiqué que l'odeur était habituellement décrite comme "balsamique-fruitée avec une légère note de cannelle". Mais l'Office a rejeté sa demande d'enregistrement.

M. Sieckmann a alors exercé un recours devant le Bundespatentgericht. Ce dernier a estimé qu'il fallait étudier la question au regard de la législation allemande du 25 octobre 1994, qui a transposé la directive européenne du 21 décembre 1988 (89/104/CEE). Selon l'article 2 de cette directive, tous les signes peuvent constituer des marques à condition qu'ils soient, d'une part, susceptibles d'une représentation graphique et, d'autre part, propres à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux des autres entreprises.

Les juges allemands ont estimé que cette dernière condition était remplie car rien, selon eux, n'empêche les odeurs de distinguer les produits d'une

Envoyer par e-mail

Sur le même s

[Les Quinz](#)
[s'entendre su](#)
[commerce m](#)
[services](#)

LE MONDE
ECONOMIE
| 17h39

[Pascal Lar](#)
[cycle de Dob](#)

ECONOMIE
| 17h39

[de mire](#)

[version texte](#)

EDITION
ABONNES

[le desk](#)

[les dépêches](#)

[les dossiers](#)

[les fiches pays](#)

[les
thématiques](#)

[la check-list](#)

[les portfolios](#)

CHAINES
[aden](#)

[examens 2003](#)

[finances](#)

[forums](#)

[mots croisés /
jeux](#)

[automobile](#)

ANNONCES
[emploi](#)

[immobilier](#)

entreprise de ceux d'un concurrent. En revanche, ils ont eu un sérieux doute sur le fait qu'un signe olfactif puisse faire l'objet d'une représentation graphique. Avant de statuer, le Bundespatentgericht a saisi la CJCE de deux questions préjudicielles. La première peut être ainsi formulée : peut-on représenter graphiquement un signe non perceptible à l'œil nu, telle qu'une odeur ou un bruit ? Et en cas de réponse positive, les juges voulaient savoir si les critères de représentation graphique étaient remplis lorsque l'odeur est représentée par une formule chimique, par une description, par un dépôt d'échantillon ou par une combinaison de ces différents moyens.

La question ne manque pas d'intérêt car une odeur semble, en effet, difficilement susceptible d'être représentée graphiquement. Pourtant, l'enregistrement de marques olfactives a déjà été accepté en Europe. L'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur a accepté d'enregistrer, à titre exceptionnel, *"l'odeur d'herbe fraîchement coupée"* appliquée à une balle de tennis... Par ailleurs, le United Kingdom Trade Mark Registry a enregistré deux marques olfactives : l'odeur de rose appliquée à des pneus et l'odeur de bière appliquée à des ailettes de fléchettes ! Toutefois, de tels enregistrements demeurent marginaux.

Rappelons que le droit de la marque et la protection qui en résulte sont acquis dès le dépôt et l'enregistrement. La marque permet au fabricant de protéger son produit et au consommateur de distinguer le produit d'un fabricant de celui d'un concurrent. Dans l'arrêt du 12 décembre 2002, la Cour européenne admet que *"peut constituer une marque un signe qui n'est pas en lui-même susceptible d'être perçu visuellement, à condition qu'il puisse faire l'objet d'une représentation graphique, en particulier au moyen de figures, de lignes ou de caractères."* Mais les juges exigent que la représentation graphique *"soit claire, précise, complète par elle-même, facilement accessible, intelligible, durable et objective"*.

Ces conditions sont-elles remplies ? Dans ses conclusions, l'avocat général Damaso Ruiz-Jarabo Colomer en doutait. Il s'est ainsi demandé, non sans ironie : *"Qui serait capable d'appréhender un arôme "balsamique-fruité avec de légères notes de cannelle" à partir de la formule $C_6H_5-CH = CHC_00CH_3$?"* Il a également noté que la formule chimique ne représentait pas l'odeur d'une substance, mais la substance elle-même. Or la perception de l'odeur varie en fonction de sa concentration, de son support et de la température ambiante. Quant à l'échantillon olfactif, il ne peut constituer une représentation durable, car une odeur se modifie avec le temps, du fait de la volatilité de ses composants, jusqu'à disparaître complètement.

Enfin, une description de l'odeur au moyen de mots serait, certes, graphique, mais pas suffisamment claire, précise et objective. Ainsi, s'interroge l'avocat général : *"Que signifie balsamique ? Que recouvre le caractère fruité ? Quelle est l'intensité d'une note de cannelle ?"* En définitive, pour lui, on ne peut *"dessiner"* une odeur.

La Cour a suivi les conclusions de son avocat général. Elle conclut qu'aucun des moyens de représentation n'est suffisant et que la combinaison

SERVICES

[newsletters](#)

[vos](#)

[préférences](#)

[aide et](#)

[services](#)

[qui sommes-nous ?](#)

LE QUOTIDIEN



[édition électronique](#)

[éditions nomades](#)

[archives](#)

[les thématiques](#)

[abonnements](#)

de ceux-ci ne satisfait pas, non plus, aux exigences de clarté et de précisions requises. En l'état actuel, une marque olfactive ne peut donc pas être enregistrée. L'avènement programmé du brevet communautaire ne devrait pas modifier cette situation. Les parfumeurs doivent donc se contenter de l'action en concurrence déloyale ou en contrefaçon pour protéger leurs fragrances.

Agence Juris Presse

□ ARTICLE PARU DANS L'EDITION DU 01.04.03

Droits de [reproduction](#) et de [diffusion](#) réservés © **Le Monde** 2003

Usage strictement personnel. L'utilisateur du site reconnaît avoir pris connaissance de la [Politique](#) de confidentialité du site. [Besoin d'aide ? faq.lemonde.fr](#)