

LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE

ORGANE OFFICIEL DU BUREAU INTERNATIONAL DE L'UNION
POUR LA PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE

SUISSE: — UN AN 5 francs
UNION POSTALE: — UN AN 5 fr. 60
AUTRES PAYS: — UN AN 6 fr. 80

On ne peut pas s'abonner pour moins d'un an
Envoyer le montant de l'abonnement par mandat postal

DIRECTION ET RÉDACTION:
BUREAU INTERNATIONAL DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE, A BERNE

ABONNEMENTS:
MM. JENT & REINERT, IMPRIMEURS, A BERNE

SOMMAIRE:

A PROPOS DE L'ENQUÊTE ADMINISTRATIVE
FAITE EN FRANCE AU SUJET DE LA PROPOSITION DE LOI CONCERNANT LES MARQUES, LES NOMS COMMERCIAUX, LES RAISONS DE COMMERCE ET LE LIEU DE PROVENANCE.
(Suite et fin.)

DOCUMENTS OFFICIELS

LÉGISLATION INTÉRIEURE:

France. Décret portant règlement d'administration publique pour l'exécution de la loi du 23 juin 1857, modifiée par celle du 3 mai 1890, sur les marques de fabrique ou de commerce.
(Du 28 février 1891.)

RENSEIGNEMENTS DIVERS

CORRESPONDANCE:

Lettres de Grande-Bretagne. — Lettre d'Italie.

JURISPRUDENCE:

Belgique. Droit commercial. Concurrence déloyale. Enseigne. Mot emprunté à une langue étrangère. Bodega. Marque de commerce. Confusion possible. Responsabilité.

BULLETIN DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE:

États-Unis. Célébration du centenaire de la législation américaine en matière de brevets d'invention. — Allemagne. Adoption du projet de loi sur les brevets d'invention. — Maroc. Marchandises portant des noms sacrés pour les musulmans.

BIBLIOGRAPHIE.

STATISTIQUE:

Grande-Bretagne. Statistique de la propriété industrielle pour l'année 1889.
(Suite et fin.)

A PROPOS DE L'ENQUÊTE ADMINISTRATIVE FAITE EN FRANCE AU SUJET DE LA PROPOSITION DE LOI CONCERNANT LES MARQUES, LES NOMS COMMERCIAUX, LES RAISONS DE COMMERCE ET LE LIEU DE PROVENANCE

(Suite et fin.)

Après avoir réglé les questions concernant la propriété des marques et leur dépôt, la proposition de loi passe aux noms commerciaux et aux indications de provenance.

La législation actuelle en matière de nom commercial est incomplète: au point de vue pénal, elle ne réprime que l'usurpation du nom d'un *fabriquant* ou de la raison commerciale d'une *fabrique*, et cela seulement si ce nom ou cette raison ont été *apposés sur des objets fabriqués*; au point de vue civil, elle n'accorde pas d'action en dehors de celle qui résulte des dispositions toutes générales des articles 1382 et 1383 du Code civil, ce qui ne permet à la partie lésée de réclamer des dommages-intérêts qu'en cas de faute ou de négligence. La jurisprudence a tiré le meilleur parti possible des armes imparfaites qui lui étaient fournies; mais en l'absence de dispositions précises sur cette matière si délicate, il s'est néanmoins produit des divergences fâcheuses, particulièrement en ce qui concerne les homonymes. Tous les tribunaux s'accordent, il est vrai, à exiger du concurrent homonyme qu'il différencie son nom commercial suffisamment pour rendre impossible toute confusion entre son établissement et celui de son confrère; mais quelques-uns sont allés jusqu'à

interdire complètement l'emploi de son nom patronymique à celui qui profite de la notoriété commerciale ou industrielle obtenue par un tiers portant le même nom que lui. Sur ce point, les auteurs sont divisés: les uns approuvent la prohibition, trouvant qu'il faut avant tout prévenir et réprimer la fraude; les autres, considérant que le nom est une propriété acquise en dehors de la volonté de l'intéressé par l'effet de la législation sur l'état-civil, envisagent que son emploi ne peut être interdit, et que les magistrats doivent se borner à en réglementer l'usage, lorsqu'il s'agit d'éviter une confusion entre deux établissements rivaux.

Vu la grande importance qui s'attache au nom commercial, la Commission sénatoriale estime que les questions concernant sa propriété et son usage doivent être réglées par une loi. Tout en distinguant entre l'usage civil et l'usage commercial du nom, elle envisage que personne ne doit être empêché d'employer son nom patronymique dans son commerce, mais que chacun doit faire usage de son droit de manière à ne pas léser de droits antérieurs.

Cependant, le nom qu'il s'agit de protéger n'est pas seulement celui qui résulte de l'état-civil d'une personne ou de l'acte de société d'une association, c'est encore le nom imaginaire ou la dénomination de fantaisie sous lequel un établissement s'est désigné au public et est connu de sa clientèle. C'est ce que la proposition soumise à l'enquête exprimait en employant à la fois les deux termes de *nom commercial* et de *raison de commerce*. Une critique faite au texte proposé a amené

M. Dietz-Monnin à se rendre compte que ce qu'il s'agit de protéger n'est pas tant le nom ou la raison commerciale dans leurs éléments constitutifs, que ce qui, dans leur aspect, permet au public de distinguer entre les personnes et les établissements. Dans cette idée, le rapporteur de la Commission propose de mettre au bénéfice de la loi non le nom ou la raison commerciale, comme tels, mais le *titre commercial*, terme employé dans plusieurs arrêts antérieurs à la loi de 1824, et qui désigne la *forme apparente* sous laquelle un nom commercial ou une raison de commerce sont révélés au public et connus de lui pour particulariser la personne ou l'établissement qui se livre à une industrie ou à un commerce. — Ne pouvant pas, dans l'exposé qui va suivre, distinguer chaque fois entre le texte de la proposition primitive et celui amendé par M. Dietz-Monnin, nous nous servirons de la terminologie proposée par ce dernier.

Les questions relatives à l'enseigne ne sont pas réglées par la proposition de loi, qui se borne à la définir et à déclarer qu'en ce qui la concerne il n'est rien changé aux usages locaux ou commerciaux et aux règlements de police.

Le titre commercial offre de nombreuses analogies avec la marque de fabrique ou de commerce. Comme elle, il crée un lien entre les produits sur lesquels il est apposé et la personne dont ils émanent, et il contribue puissamment, par la garantie qu'il offre au public, à la formation et à la conservation de la clientèle; comme elle encore, il finit par acquérir une valeur commerciale indépendante de la personnalité de son propriétaire, et qui demeure attachée au fonds de commerce ou à l'exploitation qu'il sert à caractériser. Il est donc naturel que la proposition de loi assimile le titre commercial à la marque de fabrique autant que le comporte leur nature respective.

D'après l'article 13, la propriété exclusive du titre commercial appartient à celui qui le premier en a fait un usage public en France, et nul ne peut faire usage d'un titre commercial déjà employé dans la même industrie ou le même commerce, sans le différencier manifestement de manière à éviter toute confusion.

Ce droit de propriété accordé au pre-

mier occupant est à la fois conforme aux principes que la proposition de loi a posés en matière de marques, et à la jurisprudence établie en matière de nom commercial. Quelques-uns des corps consultés ont toutefois trouvé que la disposition accordait un droit trop étendu au propriétaire du nom; d'après eux, le premier occupant ne devait pouvoir opposer son droit exclusif à ses homonymes que s'il y avait confusion, et il fallait laisser aux tribunaux le soin de statuer sur ce point d'après les principes du droit commun. D'autres, au contraire, voulaient établir des règles fixes pour distinguer les dénominations des divers établissements.

En entrant dans la voie indiquée par ceux-ci, on contrarierait des usages établis et l'on heurterait des droits acquis. D'autre part, limiter l'exercice du droit du premier occupant au cas où il y aurait confusion réelle entre lui et un tiers employant un titre commercial semblable, ce serait favoriser et compliquer les procès, car le premier devrait établir le préjudice subi, au lieu de faire simplement constater la priorité d'usage, et rien n'empêcherait la confusion de se produire postérieurement au jugement libérant le défendeur, par suite du développement que pourraient prendre les affaires de ce dernier. Quant à s'en tenir au droit commun tel qu'il est appliqué maintenant, cela aussi pourrait avoir ses inconvénients, car nous avons vu que les tribunaux allaient parfois jusqu'à interdire l'usage d'une propriété aussi sacrée que le nom patronymique, alors qu'il leur suffirait d'imposer à l'intéressé l'emploi d'un titre commercial où ce nom serait manifestement différencié de celui avec lequel il se confond.

Convient-il de prévoir comment s'éteint la propriété du titre commercial? M. Dietz-Monnin est de cet avis; aussi propose-t-il d'apporter au projet de la Commission une adjonction dans ce sens, comme il l'a déjà fait concernant l'extinction du droit de propriété en matière de marque. Dans les deux domaines le principe est le même: le propriétaire conserve son droit aussi longtemps qu'il a un intérêt commercial à distinguer ses actes ou ses produits de ceux d'un tiers, d'où il résulte que la propriété d'un titre commercial prend fin en même temps que l'entreprise qu'il désigne aux yeux du public. Nous verrons plus tard que, s'il

est attaché à l'entreprise, il peut passer avec elle à un autre propriétaire.

Du moment que le titre commercial doit se distinguer de tous ceux qui ont été employés antérieurement dans la même branche de commerce ou d'industrie, et que tout usage illicite doit pouvoir en être poursuivi par la voie civile ou par la voie pénale, il paraît naturel que l'enregistrement soit établi pour les titres commerciaux aussi bien que pour les marques.

C'est ce que fait l'article 14, qui applique aux premiers les dispositions relatives au dépôt, à l'enregistrement, à la publication et à la radiation des secondes, tout en tenant compte des différences qui existent entre ces deux moyens de distinguer les personnalités commerciales.

La déclaration est pour le titre commercial ce que le dépôt est pour les marques; elle ouvre à l'intéressé l'exercice de l'action en revendication et des actions civiles et pénales prévues par la loi. Il existe cependant une différence entre la marque et le titre commercial, en ce qui concerne l'action civile: tandis que le possesseur de la première est privé de toute action aussi longtemps qu'il ne l'a pas déposée, celui du second peut invoquer les dispositions des articles 1382 et 1383 du Code civil en l'absence de toute déclaration.

En principe, la Commission sénatoriale était sympathique à une assimilation complète des noms et des marques. Si elle a renoncé à aller jusque là, c'est qu'elle se croyait liée par la Convention internationale, d'après laquelle le nom commercial doit être protégé dans tous les pays de l'Union sans obligation de dépôt (art. 8). Mais elle n'a pas voulu renoncer pour cela aux avantages qui résultent de la déclaration et de la publication des noms commerciaux, et, tout en accordant l'action en concurrence déloyale en l'absence de toute déclaration, elle confère par l'article 15 à ceux qui ont rempli cette formalité des avantages tels que la plupart des intéressés voudront en profiter.

L'immense majorité des corps consultés s'est déclarée favorable au système proposé par la Commission sénatoriale; il n'en est que trente-cinq qui se soient déclarés opposés à la déclaration du nom commercial, et qui préfèrent le droit commun actuel.

Nous avons déjà vu en quoi consiste ce dernier. Il accorde à la partie lésée:

l'action civile en dommages-intérêts, en cas de concurrence illicite; l'action pénale, s'il s'agit de l'apposition, sur des objets fabriqués, du nom d'un fabricant ou de la raison commerciale d'une fabrique désignant un établissement autre que celui où lesdits objets ont été fabriqués. Donc, pas d'action civile en l'absence de préjudice; pas d'action pénale en faveur du commerçant, et en dehors de l'apposition du nom sur un produit fabriqué; pas de règle fixe pour empêcher le retour de l'usurpation du nom; aucun moyen, pour l'intéressé, d'établir la priorité de son droit en dehors d'un procès.

Au lieu de cela, la proposition de loi protège indifféremment l'industriel, le commerçant et le propriétaire d'une exploitation agricole, forestière ou extractive. Les actions civiles en revendication et en dommages-intérêts, l'action pénale, les peines édictées, sont les mêmes en matière de titre commercial qu'en matière de marque. Au lieu d'avoir à fournir la preuve de l'antériorité d'usage, — ce qui est souvent fort difficile et augmente considérablement les frais du procès, — le demandeur a dans sa déclaration une présomption de propriété que le défendeur doit renverser par la preuve du contraire.

Nous ne saurions quel avantage le droit commun actuel en matière de nom commercial pourrait offrir sur les dispositions de la proposition de loi, d'autant plus que celles-ci admettent l'action en concurrence illicite même en l'absence de toute déclaration. Quelques-uns des corps consultés auront, pensons-nous, été repoussés par le principe qui subordonne la jouissance des avantages spéciaux de la loi à la déclaration préalable du titre commercial, et auront envisagé que c'était reculer que de faire dépendre la jouissance d'un droit de l'accomplissement d'une formalité. — Sur ce point, il faut s'entendre. S'il s'agit d'un droit qui puisse être protégé sans enregistrement, et que l'absence de cette formalité n'expose pas les tiers à violer à leur insu le droit en question, la suppression de l'enregistrement peut être avantageuse. Si, au contraire, le droit à protéger est basé sur la priorité d'usage, et qu'en dehors de l'enregistrement les intéressés n'aient aucun moyen de se rendre compte s'ils sont les premiers à s'approprier l'objet du droit, — ce qui est le cas en

matière de marque et de titre commercial, — alors l'enregistrement est utile, car on ne saurait imposer des dommages-intérêts, ni infliger des peines, à celui qui a agi sans intention frauduleuse et sans avoir aucun moyen de se renseigner sur les droits appartenant à autrui. L'établissement de l'enregistrement du titre commercial, tel qu'il est établi par la proposition de loi, nous paraît être la contrepartie nécessaire du surcroît de protection qui lui est accordé.

D'autres pays, l'Allemagne et la Suisse, ont l'enregistrement obligatoire des raisons de commerce, et s'en trouvent bien. Il existe toutefois entre cet enregistrement et celui qui est proposé par la Commission sénatoriale la différence que le premier ne porte que sur les raisons de commerce indigènes, tandis que la proposition de loi française admet aussi à l'enregistrement les titres commerciaux des maisons étrangères. A ce propos, nous ferons remarquer que la Convention internationale ne s'oppose pas à l'enregistrement obligatoire du nom commercial en ce qui concerne les établissements indigènes. La France pourrait donc avoir, comme la Suisse, une sorte de répertoire général des titres commerciaux en usage dans le pays. Il suffirait que la protection légale fût accordée aux sujets ou citoyens des autres États de l'Union indépendamment du dépôt, dès que les intéressés auraient établi leur droit au nom commercial dans leur pays d'origine.

L'article 18 règle la question fort discutée de la transmission de la marque et du titre commercial.

L'un et l'autre sont présumés compris dans la cession du fonds qu'ils désignent, ce qui est conforme à la jurisprudence usuelle. La question délicate, était celle de savoir si le propriétaire de la marque ou du titre pouvait les céder alors qu'il continuait à fabriquer le produit auquel avait été appliquée la première, ou à exploiter le fonds qui avait été désigné par le second. Ni la doctrine, ni la jurisprudence ne sont fixées à cet égard en France. Tenant compte du fait que la protection du titre commercial et de la marque n'était pas établie seulement dans l'intérêt du fabricant ou du commerçant, mais aussi dans celui du public, qui devait par là être mis à même de constater l'identité d'origine de la marchandise,

la Commission n'a voulu autoriser la cession du titre et du nom que si elle était accompagnée de celle du fonds ou de la fabrication du produit. Ce principe a été approuvé par la majorité des corps consultés; mais plusieurs d'entre eux ont combattu la restriction proposée, estimant qu'elle portait inutilement atteinte à la liberté des conventions. Bornons-nous à constater que le même principe est admis dans des pays commerçants et industriels comme l'Autriche-Hongrie, la Belgique, les États-Unis, la Grande-Bretagne et la Suisse.

Tout comme les marques et les titres commerciaux, les noms de localités, de régions, etc., peuvent aussi servir de signe de ralliement au consommateur, qui cette fois ne considère pas la garantie personnelle d'un producteur particulier, mais celle résultant des traditions industrielles d'une ville ou d'une contrée, des aptitudes spéciales de sa population ouvrière, des matières premières qu'on peut s'y procurer de première main, ou des qualités particulières du terroir. Ici encore la concurrence déloyale est à l'œuvre, et il s'agit de protéger à la fois le producteur, dont on usurpe l'indication d'origine, et le consommateur, qui achète comme produit d'un centre de fabrication ou de production réputé une marchandise de qualité inférieure venant d'un tout autre endroit. Mais la tâche n'est pas aisée, car on doit concilier les droits et les intérêts contraires des producteurs et des non-producteurs.

Voici comment l'article 17 résout le problème. L'usage *commercial* du nom d'une ville, localité, etc., n'appartient qu'à ceux qui y possèdent un établissement de commerce, d'industrie ou de production; et si ceux-ci l'emploient autrement que pour désigner le lieu où le produit a été obtenu, ils doivent l'accompagner d'indications apparentes propres à empêcher toute confusion quant à la provenance. Cette règle générale subit trois exceptions: la première autorise chacun à désigner un produit par le nom du lieu où ce produit a été obtenu; la deuxième admet tout fabricant à apposer le nom du lieu de son établissement principal en France sur les produits fabriqués par lui dans une autre localité française; la troisième déclare licite l'emploi d'un nom de lieu ou de pays qui est devenu la désignation générique d'une classe

de produits ou d'un procédé de fabrication, si cet emploi a lieu sans intention frauduleuse. Enfin, la marque particulière d'un lieu de fabrication ou de production ne peut être apposée que sur les produits obtenus dans ce lieu.

Le texte primitif de la proposition de loi ne protégeait que les noms des *lieux de fabrication* français réputés comme tels. Ensuite de l'enquête, M. Dietz-Monnin a reconnu qu'avec ce système les produits étrangers munis de l'adresse d'une maison de vente française pourraient continuer à avoir l'aspect de produits nationaux, et que du reste, avec le rapide accroissement qu'une industrie peut prendre à notre époque, il peut être difficile de déterminer si une localité est ou n'est pas un lieu de fabrication. C'est ce qui l'a décidé à faire abstraction de la réputation du lieu de fabrication ou de production, en ce qui concerne les indications de provenance.

Les dispositions de la loi sont applicables dans les mêmes conditions aux Français et aux étrangers qui possèdent des établissements en France. Quant aux étrangers et aux Français établis hors de France, leurs marques et leurs titres commerciaux ne seront protégés que si le pays où ils sont établis accorde la réciprocité légale ou diplomatique pour les marques ou titres français; la *protection* qui leur est accordée est la même que celle dont jouissent les nationaux, mais leur *droit de propriété* demeure régi par la législation du pays d'origine. Contrairement à ce qui a lieu actuellement, l'acte de dépôt ou de déclaration des intéressés établis à l'étranger devra contenir l'indication d'un domicile en France ou élection de domicile à Paris, afin qu'on sache quel est le tribunal compétent pour juger de la validité de l'acte en question.

En cas de conflit entre marques françaises et étrangères, il y a lieu de distinguer si les faits invoqués pour établir le droit à la marque ou au titre sont antérieurs ou postérieurs à l'entrée en vigueur de la réciprocité : s'ils sont postérieurs, et qu'il y ait eu dépôt ou déclaration, l'accomplissement de cette formalité sera considéré comme un fait d'usage public; autrement, les tribunaux apprécieront suivant les circonstances si les faits allégués peuvent être opposés aux droits licitement acquis en France. En aucun

cas la contrefaçon volontaire ou l'imitation frauduleuse d'une marque ou d'un titre ne pourra servir de base à l'établissement d'un droit.

Il est intéressant de comparer les dispositions de la proposition de loi concernant le conflit entre marques françaises et étrangères avec celles adoptées par la Conférence de Madrid relativement aux marques non tombées dans le domaine public dans le pays d'origine. ⁽¹⁾ Leur but est à peu près le même; mais les premières posent un principe général, tandis que les secondes indiquent l'application pratique qui peut lui être donnée.

Les produits étrangers munis d'indications de nature à faire croire qu'ils sont d'origine française sont prohibés à l'entrée, exclus de l'entrepôt et de la circulation, et sujets à la saisie et à la confiscation. Il est, toutefois, fait exception en faveur des produits étrangers portant des noms de localités ou de régions françaises, quand ces derniers sont accompagnés de la mention « *importé* », et qu'il est du reste tenu compte des dispositions qui régissent l'usage des indications de provenance. La prohibition d'importation frappe en outre les produits étrangers portant des indications de nature à faire croire qu'ils sont d'une origine différente de celle révélée par les documents d'expédition, à moins qu'il ne soit justifié de la sincérité de l'indication.

Plusieurs des corps consultés auraient voulu qu'on prohibât d'une manière absolue l'importation des produits étrangers portant un nom de lieu français, ou qu'on exigeât sur ces produits-là l'indication bien apparente de leur pays d'origine. Entrer dans cette voie eût été faire une loi économique au lieu d'une loi de police commerciale, et c'est ce que la Commission sénatoriale n'a pas voulu. Elle n'entend pas priver les étrangers du droit de revêtir leurs produits d'indications qui peuvent être nécessaires à leur vente en France, et se borne à empêcher que ces indications ne puissent être une source d'abus et de fraudes. On ne saurait trop approuver cette hauteur de vues, qui se trouve aussi dans le fait que les indications de provenance étrangères sont traitées sur le même pied que les françaises.

En ce qui concerne les poursuites et les pénalités, la proposition de loi

assimile complètement aux marques les titres commerciaux et les indications de provenance, tout en tenant compte de la différence qui résulte pour ces dernières du fait qu'elles appartiennent non à une personne, mais à une collectivité. Les dispositions réglant cette matière sont empruntées en grande partie à la loi de 1857 sur les marques, en sorte que nous pouvons nous dispenser de les analyser, et nous borner à indiquer les innovations qui y ont été introduites.

Tandis qu'à cette heure le droit de poursuite n'appartient qu'au ministère public et au propriétaire, la proposition de loi l'étend aux syndicats professionnels, quand il s'agit de fausses indications de provenance, ainsi qu'à tout acheteur ou consommateur lésé par une des fraudes réprimées par la loi, et à toute personne ayant un intérêt né et actuel. La question de savoir si l'acheteur trompé peut poursuivre en vertu de la loi de 1857 est contestée; il est bon que ce droit soit formulé expressément, car l'action qu'il accorde est beaucoup plus facile à exercer que celle basée sur la tromperie en matière de chose vendue.

Un grand changement est apporté dans le système des peines prévues. La peine de l'emprisonnement ne peut plus être prononcée qu'en cas de récidive; en revanche, le maximum de l'amende est porté de 3000 francs à 10,000 francs.

L'amende doit être prononcée contre toute personne qui, sciemment ou frauduleusement, a contrefait ou imité une marque déposée ou un titre commercial déclaré, ou a employé une fausse indication de provenance, ou a fait un usage frauduleux des mentions de : *genre de...*, *système de...*, etc., jointes à des titres commerciaux ou à des noms de lieux ou de pays, de façon à tromper l'acheteur sur la nature ou l'origine de la marchandise. Ceux qui ont vendu, mis en vente ou détenu dans un but commercial des marchandises revêtues de marques, titres ou noms prohibés sont passibles de la même peine, à moins qu'ils ne prouvent avoir agi de bonne foi; ils seront présumés avoir été de bonne foi s'ils donnent ou offrent de donner des renseignements sur la personne dont ils tiennent lesdites marchandises, et sur toutes les circonstances propres à faciliter la poursuite. En tenant compte de l'intention du contrefacteur, la proposition de loi épargne entre autres

(1) Voir *Prop. ind.* 1890, p. 122.

l'imprimeur, que la loi actuelle punit alors même qu'il n'est qu'un instrument inconscient. Elle est, d'autre part, plus sévère que celle-ci en assimilant la tentative au délit consommé.

Une amende de 50 à 1000 francs est édictée contre ceux qui ont omis d'apposer sur leurs produits une marque ou une mention obligatoire, ou qui les ont munis d'une marque ou d'une mention interdite, ainsi que contre ceux qui ont détenu ou mis en vente des produits semblables.

En cas d'usage illicite d'une marque, d'un titre commercial ou d'une indication de provenance, la preuve de la bonne foi est à la charge du prévenu. Cette disposition, qui peut paraître contraire aux principes généraux du droit en matière de preuve, est néanmoins parfaitement justifiée. En effet, si l'intention coupable est nécessaire pour caractériser le délit, la loi n'en est pas moins déjà violée par le fait matériel, qui constitue une présomption de culpabilité contre son auteur; il est donc naturel que celui-ci ait à prouver ses intentions honnêtes, ce qui lui sera du reste beaucoup plus aisé que la preuve contraire ne le serait à la partie adverse.

Sauf des détails dans lesquels il nous est impossible d'entrer, les questions de procédure judiciaire restent les mêmes que sous la loi actuelle.

Pour terminer notre analyse de la proposition de loi, il nous reste encore à mentionner la disposition transitoire d'après laquelle tout possesseur d'une marque déposée en France qui désirera être au bénéfice de la loi, devra remettre au Bureau central les mêmes pièces que s'il s'agissait de déposer la marque à nouveau, sauf qu'il lui suffira de déposer un seul exemplaire du modèle, au lieu de trois.

Arrivés au terme de notre étude, qui a présenté pour nous un intérêt bien plus grand qu'on ne pourrait le croire à la lecture de ce sec résumé, nous devons rendre hommage à l'esprit élevé qui a présidé au travail de la Commission sénatoriale. Basée sur le plus grand respect de la liberté de commerce et de la concurrence, la proposition de loi élaborée par elle sauvegarde en même temps le principe supérieur de la loyauté commerciale, et tient la balance égale entre les intérêts également respectables du producteur, du commerçant et du con-

sommateur. L'enquête administrative a fourni pour le perfectionnement de l'œuvre des matériaux très précieux, dont le rapporteur de la Commission, M. Dietz-Monnin, a tiré un excellent parti. Il a su accepter, d'où qu'ils vinssent, les conseils utiles et les critiques fondées, et en a fait profiter la proposition de loi sans rien lui faire perdre de son esprit primitif.

Nous ignorons combien de temps s'écoulera encore jusqu'à l'entrée en vigueur de la nouvelle loi sur les marques et les autres dénominations commerciales. Quoi qu'il en soit, les travaux préparatoires auxquels elle a donné lieu ont une valeur durable et devront être consultés par tous ceux qui s'occuperont sérieusement de ces matières.

Nous avons reçu la communication suivante concernant la première partie de l'étude ci-dessus, qui a paru dans notre dernier numéro :

« Monsieur le Directeur,

« La *Propriété industrielle*, dans son numéro de mars courant, a publié une fort savante et intéressante analyse du très remarquable rapport déposé par M. Dietz-Monnin sur le bureau du Sénat et relatif à l'enquête administrative concernant la proposition de loi organique des marques, noms et lieux de provenance.

« Cette analyse merveilleuse de précision et de clarté a cependant signalé deux critiques auxquelles je désirerais répondre, si toutefois l'éminent rapporteur de la proposition de loi ne l'a déjà fait lui-même.

« Toutes deux ont trait à l'obligation, prescrite dans le dernier paragraphe de l'article 1^{er}, d'accompagner toute marque apposée sur un produit de la mention M. de F. ou de la mention M. de C. : la première si la marque désigne le fabricant de l'objet, la seconde si elle personnalise celui qui l'a acheté pour le revendre.

« Dans l'hypothèse où un client commande à un fabricant 1000 pièces d'étoffe, celui-ci peut-il en prendre 400 chez un confrère et apposer sur elles sa marque accompagnée de la mention M. de F. ?

« Il est d'abord certain qu'il lui est permis de revêtir ces 400 pièces de sa marque au lieu et place de la marque de son confrère. Ce point, autrefois discuté par le législateur français, n'a pas été de nouveau soulevé.

« Mais lui est-il possible de mettre à côté de sa marque M. de F., qui doit toujours révéler sa qualité de fabricant, quant à ces 400 pièces ? — La *Propriété industrielle* semble admettre qu'il n'y a pas d'inconvénient, parce que le fabricant est le premier

intéressé à livrer une marchandise dont il garantit la qualité, quoique provenant d'une maison concurrente.

« Sans doute, par le seul fait qu'il appose sa marque sur ces marchandises, il prend la responsabilité de leur qualité; mais là n'est pas la question. Peut-il accompagner sa marque de la mention M. de F., par laquelle il affirmera aussi qu'il est bien le fabricant du produit qu'il livre ? Tel est le point à élucider.

« De deux choses l'une : ou bien le client a confiance dans la marque demandée, sans qu'il lui importe de savoir si la marchandise qu'elle recouvre provient de la fabrication personnelle de son fournisseur, ou si elle a été seulement choisie par lui, et alors il acceptera les 400 pièces portant la marque accompagnée de la mention M. de C. tout aussi bien que si elle portait la mention M. de F.; — ou bien, au contraire, le client tient à avoir une marchandise qui provient réellement de la fabrication personnelle de son fournisseur, parce qu'il connaît ce qu'elle vaut, tandis qu'il ignore la valeur de celle que fabrique un confrère, et dans ce cas il refusera les 400 pièces, si elles sont revêtues de l'indication M. de C. Que si, pour les lui faire accepter, le fournisseur mettait au lieu de M. de C. la mention M. de F., il est évident qu'il chercherait à le tromper.

« Il faut reconnaître qu'il n'appartient pas au fabricant de substituer son appréciation à la confiance que lui fait son client; il a beau assurer à celui-ci que la marchandise est d'excellente qualité, il n'en est pas moins vrai qu'il ne répond pas à sa demande et qu'il s'efforce de lui faire accepter autre chose.

« La seconde observation, contenue dans la *Propriété industrielle*, se réfère au point de savoir si un fabricant dont l'établissement est situé à l'étranger peut, en apposant sa marque sur les produits de cet établissement, l'accompagner de la mention M. de F. ? Comme rien dans la proposition de loi n'y fait obstacle, on en conclut que les marques de fabriques étrangères se confondront avec les marques de fabriques françaises, et que la mention M. de F. ne permettra pas, ainsi qu'on l'espérait, de reconnaître si le produit est d'origine française ou étrangère.

« C'est probablement à l'oubli des dispositions de l'article 23 de la proposition de loi, que l'objection est due. La marque et la mention qui l'accompagnera, étant apposées dans le pays étranger où est situé l'établissement qui a fabriqué l'objet, en arrivant à la frontière française, devront se soumettre aux prescriptions suivantes : « Tous produits « étrangers portant soit sur eux-mêmes, soit « sur., une marque... ou une indication de « nature à faire croire... qu'ils sont d'origine « française, sont prohibés... — Sont exceptés « les produits étrangers lorsque les marques « et désignations ci-dessus seront accompa- « gnées, en caractères apparents, de la men- « tion importé... »

« Telles sont les considérations, M. le Directeur, que j'ai cru soumettre à votre appréciation en réponse aux hésitations relevées dans la *Propriété industrielle*, à propos de l'application pratique du dernier paragraphe de l'article 1^{er} de la proposition de loi organique sur les marques, soumise au Parlement français.

« Veuillez agréer, Monsieur le Directeur, etc.

« H. BOUVIER,
 „Avocat à la Cour,
 Membre de la Commission permanente
 de la propriété industrielle. »

En ce qui concerne le premier point relevé par lui, M. Bouvier nous prête une interprétation de la proposition de loi qui n'est pas la nôtre. Loin d'admettre qu'après l'entrée en vigueur de la proposition de loi, un fabricant pourrait apposer la mention M. de F. sur des produits qui ne sortiraient pas de son établissement, nous avons au contraire fait observer que l'obligation de différencier ses produits de ceux de ses confrères pourrait gêner l'industriel au cas où, ayant plus de commandes qu'il n'en peut exécuter, il expédierait à un de ses clients de la marchandise provenant d'un autre établissement que le sien. Cette manière de procéder est mentionnée dans le rapport de la Chambre de commerce de Lyon comme étant pratiquée couramment par des fabricants honnêtes, et nous nous sommes bornés à indiquer comme une objection plus sérieuse que les autres, celle qui repousse le système proposé parce qu'il mettrait fin à un usage contre lequel aucune plainte n'a été formulée, et auquel les industriels sont heureux de pouvoir recourir en cas de besoin. Nous ne nous sommes pas prononcés sur la question de savoir si cette objection devait faire renoncer à l'innovation proposée; mais si cette dernière était introduite dans la loi, nous penserions, avec M. Bouvier, que le propriétaire d'une marque ne peut joindre à celle-ci la mention M. de F., que s'il l'appose sur des produits fabriqués par lui.

En ce qui concerne la mention *Marque de fabrique* ou M. de F. jointe à une marque étrangère, nous avons dit que si la marque en question ne portait pas sur elle le nom d'un lieu de provenance situé hors de France, et consistait uniquement en un emblème ou en une dénomination de fantaisie, le consommateur ne saurait souvent pas si elle est française ou étrangère, et ne pourrait tirer aucune

conclusion de la mention additionnelle.

M. Bouvier nous objecte que l'article 23 de la proposition de loi prohibe l'importation de produits étrangers portant une indication de nature à faire croire qu'ils sont d'origine française, et paraît admettre que des marchandises portant les mentions susmentionnées seraient exclues de l'importation. En cela il nous paraît perdre de vue que l'article 1^{er} de la proposition de loi, qui établit la différence entre la marque de fabrique et la marque de commerce, a pour but de faire reconnaître non si le produit marqué est français ou étranger, mais s'il a été fabriqué par le propriétaire de la marque, ou seulement acheté par lui pour être revendu ensuite. Toute marque, nationale ou étrangère, que son propriétaire aura apposée sur de la marchandise fabriquée par lui, pourra donc être accompagnée d'une des deux mentions indiquées plus haut. Autrement, il y aurait une grande perturbation dans le régime des marques étrangères, car un grand nombre de ces dernières ont été déposées avec la mention *Marque de fabrique*, à une époque où celle-ci ne pouvait pas encore constituer en France une fausse indication de provenance.

DOCUMENTS OFFICIELS

LÉGISLATION INTÉRIEURE

FRANCE

DÉCRET

portant règlement d'administration publique pour l'exécution de la loi du 23 juin 1857, modifiée par celle du 3 mai 1890, sur les marques de fabrique et de commerce

(Du 28 février 1891.)

Le Président de la République française,
 Sur le rapport du Ministre du commerce, de l'industrie et des colonies;

Vu la loi du 23 juin 1857, sur les marques de fabrique et de commerce, et notamment l'article 22 ainsi conçu :

« Un règlement d'administration publique déterminera les formalités à remplir pour le dépôt et la publicité des marques, et toutes les autres mesures nécessaires pour l'exécution de la loi »;

Vu la loi du 3 mai 1890, portant modification à l'article 2 de la loi susvisée;

Vu le décret du 28 juillet 1858;

Le Conseil d'État entendu,

Décète :

ARTICLE 1^{er}. — Le dépôt que les fabricants, commerçants ou agriculteurs peuvent faire de leur marque au greffe du tribunal de commerce de leur domicile, ou à défaut du tribunal de commerce, au greffe du tribunal civil, pour jouir des droits résultant de la loi du 23 juin 1857, est soumis aux dispositions suivantes :

ART. 2. -- Le dépôt doit être effectué par la partie intéressée ou par son fondé de pouvoir spécial.

La procuration peut être sous seing privé, mais elle doit être enregistrée; elle est laissée au greffe.

ART. 3. — Le déposant doit fournir en triple exemplaire, sur papier libre, le modèle de la marque dont il effectue le dépôt.

Ce modèle consiste en un dessin, une gravure ou une empreinte exécutée de manière à représenter la marque avec netteté et à ne pas s'altérer.

Le papier sur lequel ce modèle est tracé ou collé présente la forme d'un carré de 18 centimètres de côté; la marque doit en occuper le milieu, de manière à laisser les espaces nécessaires pour inscrire les mentions dont il sera parlé ci-après.

ART. 4. — Si la marque consiste en un signe unique, ou dans un ensemble de signes employés simultanément, dont le modèle soit de trop grandes dimensions pour tenir sur une feuille de papier ayant 18 centimètres de côté, ce modèle pourra être, soit réduit dans la proportion nécessaire, soit divisé en plusieurs parties, lesquelles seront tracées ou collées sur plusieurs feuilles de papier ayant 18 centimètres de côté.

Si la marque est de petite dimension, le modèle pourra la représenter augmentée.

ART. 5. — Si la marque est en creux ou en relief sur les produits, si elle a dû être réduite pour ne pas excéder les dimensions prescrites, si elle a été augmentée ou si elle présente quelque autre particularité relative à sa figuration ou à son mode d'emploi sur les produits auxquels elle est destinée, le déposant doit l'indiquer sur les trois exemplaires, soit par une ou plusieurs figures, soit au moyen d'une légende explicative.

Ces indications occupent la gauche du papier où est figurée ou collée la marque. La droite est réservée aux mentions prescrites aux articles 10 et 11.

Les exemplaires déposés ne doivent contenir aucune autre indication.

ART. 6. — Le greffier vérifie si les trois exemplaires sont établis conformément aux dispositions qui précèdent.

Si ces trois exemplaires ne sont pas dressés sur papier de dimension ou contiennent des indications interdites par l'article 5, le

greffier les rend au déposant pour être rectifiés ou remplacés et ne dresse le procès-verbal de dépôt que sur la remise des trois exemplaires régulièrement établis.

Le greffier procède de la même manière :

Si les trois exemplaires ne sont pas semblables ;

Si le modèle de la marque n'adhère pas complètement au papier sur lequel il est appliqué ;

Si le modèle est tracé au crayon ;

Si le modèle est en métal, en cire ou présente un relief quelconque, de nature à détériorer les registres sur lesquels les exemplaires devront être collés ;

Si le cliché typographique n'est pas produit avec les trois exemplaires de la marque.

ART. 7. — Le cliché typographique, que le déposant fournit avec les trois exemplaires de sa marque, ne doit pas dépasser 12 centimètres de côté ; il doit être en métal et conforme aux clichés employés usuellement en imprimerie typographique.

Si la marque consiste en une bande d'une longueur de plus de 12 centimètres ou en un ensemble de signes, cette bande peut être divisée en plusieurs parties qui seront reproduites sur le même cliché les unes sous les autres, ou il peut n'être fourni qu'un seul cliché reproduisant cet ensemble réduit.

Le déposant inscrit sur un côté du cliché son nom et son adresse.

ART. 8. — Le greffier doit appliquer sur les trois exemplaires du modèle le timbre du tribunal. Lorsque ce modèle, au lieu d'être tracé sur le papier, y est seulement collé, le greffier doit apposer le timbre de manière qu'une partie de l'empreinte porte sur le modèle et l'autre sur le papier.

ART. 9. — Le greffier colle un des trois exemplaires sur une feuille du registre qu'il tient à cet effet ; les modèles y sont placés à la suite les uns des autres, d'après l'ordre des présentations. Le registre est fourni par le greffier ; il doit être en papier libre du format de 24 centimètres de largeur sur 40 centimètres de hauteur. Le registre est coté et parafé par le président du tribunal de commerce ou du tribunal civil, suivant le cas.

ART. 10. — Le greffier dresse ensuite sur un registre timbré, coté et parafé comme le registre mentionné ci-dessus, le procès-verbal du dépôt dans l'ordre des présentations. Il indique : 1^o le jour et l'heure du dépôt ; 2^o le nom du propriétaire de la marque et, le cas échéant, le nom du fondé de pouvoir ; 3^o la profession du propriétaire, son domicile et le genre d'industrie ou de commerce pour lequel il a l'intention de se servir de la marque. Le greffier inscrit, en outre, un numéro d'ordre sur chaque procès-verbal. Il reproduit ce numéro sur chacun des trois exemplaires, ainsi que le nom, le domicile, la profession du propriétaire de la marque, et, s'il y a lieu, de son fondé de pouvoir, la date, l'heure et le lieu du dépôt et le

genre d'industrie ou de commerce auquel la marque est destinée.

Le procès-verbal et les modèles sont signés par le greffier et par le déposant ou par son fondé de pouvoir.

ART. 11. — Lorsque le dépôt est fait en vue de conserver pour une nouvelle période de quinze ans une marque déjà déposée, cette circonstance doit être mentionnée au procès-verbal de dépôt, ainsi que sur les trois exemplaires du modèle.

ART. 12. — Il est dû au greffier, outre le droit fixe de 1 franc par procès-verbal de dépôt, y compris le coût de l'expédition, le remboursement des droits de timbre et d'enregistrement.

Le même fabricant ou commerçant peut effectuer le dépôt de plusieurs marques dans un seul procès-verbal, mais il est dû au greffier autant de fois le droit fixe de 1 franc qu'il y a de marques déposées.

ART. 13. — Dans le cas où une expédition du procès-verbal est demandée ultérieurement par une personne quelconque, elle doit être délivrée moyennant l'acquittement d'un droit de 1 franc et le remboursement du droit de timbre.

ART. 14. — Un des trois exemplaires, ainsi que le cliché typographique de chaque marque, sont transmis, dans les cinq jours de la date du procès-verbal, au Ministère du commerce.

Les exemplaires transmis au Ministère du commerce y restent déposés pour être communiqués sans frais au public.

ART. 15. — Les étrangers et les Français, dont les établissements sont situés hors de France et qui peuvent déposer leurs marques de fabrique et de commerce en France, en vertu soit de l'article 6 de la loi du 23 juin 1857, soit de l'article 9 de la loi du 26 novembre 1873 relative à l'établissement du timbre ou signe spécial destiné à être apposé sur les marques commerciales et de fabrique, ne sont admis à en effectuer le dépôt qu'au greffe du tribunal de commerce du département de la Seine.

ART. 16. — Lorsqu'un déposant entend renoncer à l'emploi de sa marque, il en fait la déclaration au greffe du tribunal où la marque aura été déposée. Le greffier inscrit cette déclaration en marge du procès-verbal de dépôt et en donne immédiatement avis au Ministre du commerce, qui la publiera dans le *Bulletin officiel de la propriété industrielle et commerciale*.

ART. 17. — Au commencement de chaque année, le greffier dresse, sur papier libre et d'après le modèle arrêté par le Ministre du commerce, un répertoire des marques dont il aura reçu le dépôt pendant le cours de l'année précédente.

Le greffier est autorisé à délivrer au déposant des certificats d'identité de sa marque moyennant le droit de 1 franc fixé par l'article 8 du décret du 18 juin 1880.

ART. 18. — Les registres, procès-verbaux et répertoires déposés dans les greffes sont communiqués sans frais.

ART. 19. — Les marques déposées sont publiées, après leur réception au Ministère du commerce, dans le *Bulletin officiel de la propriété industrielle et commerciale*.

ART. 20. — Le décret du 26 juillet 1858 est et demeure rapporté.

ART. 21. — Le Ministre du commerce, de l'industrie et des colonies est chargé de l'exécution du présent décret, qui sera inséré au *Bulletin des lois* et publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 27 février 1891.

CARNOT.

Par le Président de la République :

Le Ministre du commerce, de l'industrie et des colonies,

JULES ROCHE.

RENSEIGNEMENTS DIVERS

CORRESPONDANCE

Lettres de Grande-Bretagne

G. G. M. HARDINGHAM.

II.

APPLICATION DE L'ARTICLE 4 DE LA CONVENTION
DANS LA GRANDE-BRETAGNE

JOHN HAYES, de Liverpool.

Lettre d'Italie

DES BREVETS D'INVENTION ET D'IMPORTATION
EN ITALIE

M. AMAR.

JURISPRUDENCE

BELGIQUE. — DROIT COMMERCIAL. — CONCURRENCE DÉLOYALE. — ENSEIGNE. — MOT EMPRUNTÉ A UNE LANGUE ÉTRANGÈRE. — *Bodega*. — MARQUE DE COMMERCE. — CONFUSION POSSIBLE. — RESPONSABILITÉ.

Un nom commun d'une langue étrangère peut, tout aussi bien qu'un autre signe, servir d'enseigne et, comme tel, devenir la propriété du marchand qui s'en est servi le premier.

Le mot Bodega, par l'usage qu'une compagnie en a fait depuis plus de dix ans, est en fait devenu à Bruxelles un nom propre désignant ses établissements et même la marchandise qu'elle débite; le public ne connaît nullement la signification de ce terme ou ignore même qu'il appartient à la langue espagnole; pour lui, il n'a d'autre sens que la maison de commerce.

Entre l'enseigne Central Bodega et celle de The continental Bodega Company, il n'y a pas une différence suffisante, rendant toute confusion impossible.

Le mot Bodega, dont un commerçant se sert abusivement comme enseigne, doit aussi disparaître de sa marque.

(Tribunal de commerce de Bruxelles, 24 octobre 1890.)

Attendu que le demandeur a fait assigner le défendeur aux fins de s'entendre condamner à modifier la dénomination de sa maison, de son enseigne et de ses étiquettes, de manière à rendre toute confusion impossible, et, à cet effet, à supprimer le mot *Bodega* qui forme la partie caractéristique de l'enseigne et de la marque de la demanderesse; que la demanderesse demande en outre 10,000 francs à titre de dommages-intérêts, et l'autorisation de publier le jugement aux frais du défendeur dans dix journaux de Belgique et de l'étranger, et par voie de circulaires à concurrence de 10,000 exemplaires;

Attendu que la propriété d'une enseigne appartient à celui qui, le premier, en a fait usage;

Attendu qu'il est hors de doute que la demanderesse s'est, la première, à Bruxelles et dans d'autres villes belges, soit par elle-même, soit par son auteur, servie du mot *Bodega* comme enseigne de ses établissements de dégustation de vins d'Espagne et de Portugal;

Attendu que vainement le défendeur soutient que l'usage du mot *Bodega* n'a pu créer un droit privatif en faveur de la demanderesse, parce que ce mot est un nom générique indiquant, en espagnol, des dépôts de vins, des caves, des celliers;

Que l'enseigne est un signe distinctif que prend un commerçant pour faire connaître sa profession au public et pour distinguer sa maison des maisons exerçant un commerce ou une industrie similaire;

Qu'aucune limite n'est assignée au droit de chacun de choisir ce signe, et que celui qui en a adopté un en devient propriétaire par cela seul qu'il distingue réellement son établissement; qu'il s'ensuit qu'un nom commun de langue étrangère peut, tout aussi bien que tout autre signe, servir d'enseigne et, comme tel, devenir la propriété d'un marchand qui s'en est servi le premier;

Qu'en ce qui concerne le mot *Bodega*, celui-ci est, en effet, un nom commun de la langue espagnole; mais que, par l'usage que la demanderesse en a fait depuis plus de dix ans, il est en fait devenu à Bruxelles un nom propre désignant ses établissements et même la marchandise qu'elle débite; que le public ne connaît nullement la signification de ce terme ou ignore même qu'il appartient à la langue espagnole; que pour lui il n'a d'autre sens que la maison de commerce de la demanderesse;

Attendu que du fait que le défendeur a pris pour enseigne *Central Bodega*, alors que la demanderesse est : *The continental Bodega Company*, ne résulte pas une différence suffisante rendant toute confusion impossible;

Qu'à Bruxelles on ne connaît que le nom de *Bodega* qui s'étale en grosses lettres sur les maisons de la demanderesse; que, du reste, par la situation centrale de l'établissement du défendeur, à un endroit qui, pendant longtemps, a été connu sous la dénomination de *Point central*, la dissemblance invoquée par le défendeur perd toute importance;

Attendu qu'il est certain que les consommateurs et le public en général peuvent confondre la maison du défendeur avec celles de la demanderesse et prendre celle-là pour une nouvelle succursale de cette dernière;

Attendu que le défendeur a eu le droit incontestable d'engager à son service un ancien caissier et quatre anciens garçons de la demanderesse;

Attendu que la demanderesse n'a aucun droit privatif sur l'agencement spécial des établissements de dégustation de vins; que l'usage de tonneaux au lieu de tables ne lui appartient pas en propre; qu'en tout cas,

l'établissement du défendeur fût-il absolument identique à ceux de la demanderesse, toute confusion sera rendue impossible du moment où le défendeur aura supprimé le mot *Bodega*, dont il se sert abusivement;

Attendu que le défendeur n'a évidemment pas contrefait la marque de la demanderesse; que, toutefois, le mot *Bodega* devra disparaître de cette marque;

Attendu que les livraisons de vins faites au défendeur par la demanderesse le 3 mai dernier ne peuvent être considérées comme une autorisation au défendeur d'adopter l'enseigne de la demanderesse; que ces livraisons ont eu lieu deux mois avant l'ouverture de la maison du défendeur et que rien ne prouve que la demanderesse savait que ce dernier allait adopter son enseigne;

Attendu que de tout ce qui précède il suit que le défendeur doit être condamné à supprimer le mot *Bodega* de la dénomination de sa maison, de son enseigne, de sa marque et de ses étiquettes;

Attendu que la demanderesse ne justifie d'aucun dommage; qu'elle n'allègue même pas qu'elle aurait, depuis l'ouverture de l'établissement du défendeur, souffert une diminution quelconque dans ses recettes; que, d'autre part, elle n'a subi aucun dommage moral; que la suppression du mot *Bodega* lui donnera toute satisfaction et empêchera dans l'avenir toute confusion entre ses maisons et celle du défendeur; que sa clientèle se compose surtout de consommateurs directs et que ceux-ci seront suffisamment avertis par le changement apporté dans l'enseigne du défendeur;

Qu'enfin, il importe de tenir compte au défendeur de ce qu'il a pu de bonne foi croire qu'il avait le droit de se servir, pour désigner son établissement, d'un nom commun d'une langue étrangère, de ce qu'à côté du mot *Bodega* il a placé son propre nom en évidence sur la façade, et de ce qu'il n'a pas cherché à s'approprier des commandes que la similitude des enseignes faisait remettre chez lui;

Attendu, en conséquence, que, pour tous dommages-intérêts, il échet d'allouer les dépens à la demanderesse et qu'il n'y a pas lieu d'autoriser la publication du présent jugement aux frais du défendeur;

Attendu que des faits qui précèdent il résulte que la demande reconventionnelle n'est pas fondée;

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL,

Déboutant les parties de toutes autres fins ou conclusions;

Condamne le défendeur à supprimer dans les trois jours de la signification du présent jugement, et ce à peine de 50 francs par jour de retard, le mot *Bodega* de son enseigne, de ses étiquettes et de sa marque;

Déclare le défendeur non fondé en sa demande reconventionnelle; l'en déboute;

Condamne le défendeur aux dépens;

Ordonne l'exécution provisoire du juge-

ment, nonobstant opposition ou appel, sans caution.

(Journal des Tribunaux.)

BULLETIN DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE

ÉTATS-UNIS. — CÉLÉBRATION DU CENTENAIRE DE LA LÉGISLATION AMÉRICAINE EN MATIÈRE DE BREVETS D'INVENTION. — On se prépare à célébrer solennellement à Washington, du 8 au 10 avril, le centenaire de la législation américaine en matière de brevets d'invention, ou plutôt l'inauguration du second siècle du système, car la première loi date du 10 avril 1790. Il y aura cinq réunions publiques, présidées respectivement par le président des États-Unis, le secrétaire du Département de l'intérieur et des savants et inventeurs de premier ordre. Le grand jour sera le 10 avril, anniversaire de la signature de la première loi américaine sur les brevets; il y aura ce jour-là une excursion au Mont-Vernon. Vingt conférenciers se feront entendre pendant la durée de la fête; dans leur nombre, nous remarquons particulièrement M. le colonel F. A. Seely, examinateur principal au Bureau des brevets et délégué des États-Unis à la Conférence de Madrid, lequel parlera sur la protection internationale de la propriété industrielle.

ALLEMAGNE. — ADOPTION DU PROJET DE LOI SUR LES BREVETS D'INVENTION. — Le projet de loi sur les brevets d'invention a été adopté par le *Reichstag* et le Conseil fédéral, sans qu'il ait été apporté de grandes modifications au projet élaboré par la Commission parlementaire. Ne possédant pas encore le texte définitif de la loi, nous ne pouvons donner aucun détail, et nous réservons de revenir sur cette question dans notre prochain numéro.

MAROC. — MARCHANDISES PORTANT DES NOMS SACRÉS POUR LES MUSULMANS. — Il résulte d'un ordre adressé par le sultan du Maroc aux administrateurs des douanes dans les ports de ce pays, qu'à l'avenir le gouvernement saisira et traitera comme contrebande les produits étrangers portant, en caractères arabes, les noms du prophète Mahomet, de Hassan et d'Ali, ou d'autres noms sacrés pour les musulmans, et

contenant en outre des mentions écrites qui seraient déplacées sur lesdits produits.

BIBLIOGRAPHIE

(Nous publierons un compte rendu succinct des ouvrages concernant la propriété industrielle dont nous recevrons 2 exemplaires, ainsi que le titre des publications périodiques sur la matière qui nous parviendront régulièrement. Les livres dont il ne nous est adressé qu'un seul exemplaire ont droit à une simple mention.)

PUBLICATIONS PÉRIODIQUES

RECUEIL SPÉCIAL DES BREVETS D'INVENTION, publication trimestrielle de l'Administration belge. Prix d'abonnement annuel : 10 francs. S'adresser à M. Ad. Mertens, imprimeur, rue d'Or, 12, Bruxelles.

Extraits des brevets délivrés; cessions de brevets.

RECUEIL OFFICIEL DES MARQUES DE FABRIQUE ET DE COMMERCE, publication de l'Administration belge paraissant par livraisons de 4 feuilles in-8°. Douze livraisons, formant un volume, coûtent 10 francs. S'adresser à MM. Bruylant-Christophe et C^{ie}, éditeurs, successeur Émile Bruylant, rue Blaes, 33, Bruxelles.

Contient les fac-simile des marques déposées ainsi que la description de ces dernières, et indique le nom et la profession des déposants et les marchandises auxquelles les marques sont destinées.

BOLETIN OFICIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL, organe bi-mensuel de l'Administration espagnole. Prix d'abonnement pour l'étranger : un an, 30 piécettes. Madrid, au Ministère du Fomento.

Première section : Propriété intellectuelle. — *Seconde section : Propriété industrielle.* — Liste des brevets d'invention demandés, concédés, en suspens, refusés, délivrés ou qui sont à la signature. — Liste des brevets dont la taxe arrive à échéance dans la seconde quinzaine à partir de la date de chaque numéro. — Liste des brevets et des certificats d'addition dont le Ministère du Fomento a constaté la mise en exploitation. — Liste des brevets devenus caducs pour cause d'expiration de la concession. — Liste des certificats d'addition devenus caducs par suite de la caducité des brevets dont ils dépendent. — Liste des brevets et certificats d'addition devenus caducs pour le motif que leurs possesseurs n'ont pas demandé de pouvoir justifier de la mise en exploitation. — Liste des marques de fabrique et de commerce déposées conformément au décret royal du 20 novembre 1850. — Liste des marques dont l'enregistrement a été accordé ou refusé par l'autorité. — Législation et jurisprudence nationales et étrangères, conventions internationales, etc.

THE OFFICIAL GAZETTE OF THE UNITED STATES PATENT OFFICE, organe hebdomadaire de l'Administration des États-Unis. — Prix d'abonnement annuel pour l'étranger : 7 dollars. Adresser les demandes d'abonnement et les paiements y relatifs à l'adresse suivante : « The Commissioner of Patents, Washington, D. C. »

Liste hebdomadaire des brevets, dessins, marques et étiquettes enregistrés. — Reproduction des revendications et des principaux dessins relatifs aux inventions brevetées. — Jurisprudence.

BULLETIN OFFICIEL DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE ET COMMERCIALE, organe hebdomadaire du service spécial de la propriété industrielle en France. Prix d'abonnement pour l'Union postale : un an 35 francs. S'adresser à M. Camille Rousset, éditeur, 9, rue des Petits-Hôtels, Paris.

Brevets délivrés; cessions de brevets. Fac-simile des marques déposées, avec indication du nom et du domicile des déposants. Législation et jurisprudence en matière de propriété industrielle.

THE ILLUSTRATED OFFICIAL JOURNAL (PATENTS), organe hebdomadaire de l'Administration britannique. Prix d'abonnement : un an, £ 1. 15 s. Adresser les demandes d'abonnements et les paiements comme suit : « The Patent Office Sale branch, 38, Cursitor Street, Chancery Lane, London, E. C. »

Demandes de brevets. Spécifications provisoires acceptées. Spécifications complètes acceptées. Résumé des spécifications complètes acceptées et des inventions brevetées, avec dessins. Brevets scellés. Brevets pour lesquels les taxes de renouvellement ont été payées. Brevets déchu faute de paiement des taxes de renouvellement. Demandes de brevets abandonnées et nulles. Prolongation de brevets. Dessins enregistrés. Avis officiels et règlements d'administration. Liste hebdomadaire des spécifications imprimées, avec leurs prix, etc. Comptes rendus de causes jugées par les tribunaux du Royaume-Uni en matière de brevets, de dessins et de marques de fabrique.

TRADE MARKS JOURNAL, organe hebdomadaire de l'Administration britannique. Prix d'abonnement annuel : £ 1. 15 s. Adresser les demandes d'abonnement et les paiements comme suit : « The Patent Office Sale branch, 38, Cursitor Street, Chancery Lane, London, E. C. »

Contient les fac-simile des marques de fabrique déposées, et indique le nom et la profession des déposants ainsi que la nature des marchandises auxquelles les marques sont destinées. Publie les marques enregistrées et les transmissions de marques.

BOLLETTINO DELLE PRIVATIVE INDUSTRIALI DEL REGNO D'ITALIA, publication mensuelle de l'Administration italienne. Coût L. 2. 50 par fascicule. S'adresser à la « Tipografia della R. Accademia dei Lincei », à Rome.

Contient les descriptions annexées aux brevets délivrés, ainsi que les dessins y relatifs.

LISTE DES BREVETS, publication officielle de l'Administration suisse, paraissant 2 fois par mois. Prix d'abonnement annuel : Suisse, 4 francs; étranger 6 fr. 50 cent. S'adresser au Bureau fédéral de la propriété intellectuelle, à Berne.

Brevets enregistrés, radiés, cédés, etc.

MARQUES DE FABRIQUE ET DE COMMERCE SUISSES ET ÉTRANGÈRES, publications officielles de l'Administration suisse. Prix d'abonnement aux deux recueils : Suisse, 3 fr.; étranger, 4 fr. S'adresser au Bureau fédéral de la propriété intellectuelle, à Berne.

Contient les fac-simile des marques déposées, et indique le nom et le domicile des déposants ainsi que la nature des marchandises auxquelles les marques sont destinées.

RIVISTA DI DIRITTO PUBBLICO. Publication mensuelle paraissant à Bologne, 18, S. Isaia. Prix d'abonnement : un an 24 lire; six mois 12 lire; trois mois 6 lire, port en sus pour l'étranger.

DER PATENT-ANWALT. Publication mensuelle paraissant à Francfort s. M., Hermannstrasse N° 42. — Prix d'abonnement : 3 marks 60 par semestre.

ANNALES DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE, ARTISTIQUE ET LITTÉRAIRE. Publication mensuelle paraissant à Paris, chez A. Rousseau, 14, rue Soufflot. Prix d'abonnement pour l'étranger : un an, 12 francs.

Tome XXXVII. N° 1. Janvier 1891. — Fonds de commerce. — Vente. — Interdiction de se rétablir. — Liberté du commerce et de l'industrie (Art. 3454). — Fonds de commerce. — Vente. — Interdiction de se rétablir. — Liberté du commerce et de l'industrie (Art. 3455). — Fonds de commerce. — Vendeur. — Interdiction de se rétablir. — Clause générale. — Nullité. — Garantie de droit commun (Art. 3456). — Fonds de commerce. — Vente. — Interdiction de se rétablir. — Liberté du commerce et de l'industrie (Art. 3457). — Fonds de commerce. — Vente. — Interdiction de se rétablir. — Appréciation souveraine (Art. 3458). — Fonds de commerce. — Vente. — Interdiction de se rétablir dans un rayon déterminé. — Faculté de s'approvisionner (Art. 3459). — Fonds de commerce. — Vente. — Vendeur. — Rétablissement. — Interdiction. — Périmètre. — Livraison à domicile (Art. 3460). — Fonds de commerce. — Vente. — Interdiction de se rétablir. — Interprétation (Art. 3461). — Concurrence déloyale. — Vente de fonds de commerce. — Interdiction de se rétablir dans un certain rayon. — Détournement de clientèle (Art. 3462). — Fonds de commerce. — Vente. — Interdiction de se rétablir. — Défaut de paiement du prix. — Dommages-intérêts (Art. 3463). — Société. — Dissolution. — Interdiction de se rétablir. — Teinturerie. — Industrie non similaire. — Préjudice. — Dommages-intérêts (Art. 3464).

STATISTIQUE

GRANDE-BRETAGNE. — STATISTIQUE DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE POUR L'ANNÉE 1889. (Suite et fin.)

III. MARQUES DE FABRIQUE

a. Nombre des marques de fabrique déposées et enregistrées dans les différentes classes en 1889 et pendant les deux années précédentes, ainsi que le nombre total des marques déposées et enregistrées depuis le 1^{er} janvier 1876

Classes	DÉSIGNATION DES PRODUITS	1887		1888		1889		Total depuis le 1 ^{er} janvier 1876	
		Publiées	En-registrées	Publiées	En-registrées	Publiées	En-registrées	Publiées	En-registrées
1	Substances chimiques destinées à l'industrie et à la photographie; agents antiseptiques	108	93	131	112	132	107	1,224	1,088
2	Substances chimiques à l'usage de l'agriculture, de l'horticulture, de l'art vétérinaire et de l'hygiène	142	149	117	106	93	80	983	859
3	Substances chimiques employées dans la médecine et la pharmacie	341	327	367	306	287	268	3,159	2,760
4	Substances végétales, animales et minérales, brutes ou ayant subi une préparation partielle, employées dans l'industrie et non comprises dans les autres classes	49	44	81	69	97	83	739	648
5	Métaux bruts ou partiellement ouvrés employés dans l'industrie	162	146	123	119	141	127	2,544	2,266
6	Machines de tous genres et parties de machines, sauf les machines agricoles comprises dans la classe 7	70	75	106	85	87	90	1,184	1,071
7	Machines agricoles et horticoles et parties de ces machines	27	20	38	39	47	46	558	516
8	Instruments scientifiques; instruments et appareils pour l'usage pratique et pour l'enseignement	34	29	50	41	21	17	405	358
9	Instruments de musique	21	17	33	34	26	22	277	249
10	Instruments chronométriques	15	15	18	15	13	14	309	276
11	Instruments, appareils et installations appartenant à la chirurgie, à la médecine ou à l'hygiène	35	26	34	41	46	38	349	311
12	Contellerie et instruments tranchants	92	55	109	116	142	134	1,556	1,409
13	Objets de métal non compris dans les autres classes	176	188	247	210	218	201	3,107	2,809
14	Objets en métaux précieux (y compris l'aluminium, le nickel, le métal anglais, etc., et leurs imitations) et bijouterie	61	52	68	64	33	30	769	701
15	Verrerie	30	24	39	30	25	25	323	295
16	Porcelaine et produits céramiques	23	19	49	39	47	42	456	402
17	Produits minéraux ou autres servant à la construction ou à la décoration architecturale	23	20	35	39	25	18	285	247
18	Instruments destinés au génie civil; à l'architecture ou au bâtiment	47	46	60	50	59	48	664	576
19	Armes et munitions militaires non comprises dans la classe 20	16	16	9	8	9	10	251	224
20	Substances explosives	13	10	22	17	9	15	205	190
21	Objets appartenant à l'architecture navale et à l'équipement des navires non compris dans les classes 19 et 20	5	1	12	14	5	4	172	148
22	Voitures	34	21	25	25	19	23	314	274
23	Fils de coton (fils à coudre et autres)	108	111	167	173	270	227	3,116	2,903
24	Etoffes de coton en pièces, de tous genres	477	434	408	379	490	343	6,885	6,321
25	Articles de coton non compris dans les classes 23, 24 et 38	46	44	38	29	38	36	662	597
26	Fils de lin et de chanvre	8	10	61	27	29	54	339	323
27	Etoffes de lin et de chanvre en pièces	18	17	44	36	18	16	468	444
28	Articles de lin ou de chanvre non compris dans les classes 26, 27 et 50	10	12	18	10	14	11	250	234
29	Fils et tissus de jute et autres articles de jute non compris dans la classe 50	7	7	4	4	7	5	116	112
30	Soie filée et moulinée; soie à coudre	12	10	31	25	23	20	388	360
31	Etoffes de soie en pièces	31	28	45	38	29	29	428	401
32	Articles de soie non compris dans les classes 30 et 31	17	15	19	12	11	17	332	321
33	Fils de laine ou d'autres poils	23	24	87	79	70	70	546	516
34	Etoffes de laine ou d'autres poils	91	76	238	220	195	150	1,486	1,347
35	Articles de laine ou d'autres poils non compris dans les classes 33 et 34	35	26	87	83	48	45	603	563
36	Tapis, toiles cirées et paillassons	14	13	29	26	15	20	249	234
37	Cuir et peaux, ouvrés ou non, et objets de cuir non compris dans les autres classes	22	25	32	28	32	29	401	370
38	Vêtements	224	203	278	211	268	235	2,213	1,971
39	Papier (à l'exception du papier-tenture), articles de bureau, imprimerie et reliure	93	110	226	140	189	197	2,025	1,683
40	Articles en caoutchouc et en gutta-percha non compris dans les autres classes	13	12	25	26	21	14	270	245
41	Meubles et literie	22	19	27	22	25	14	281	241
42	Substances alimentaires	521	513	780	659	669	579	5,334	4,623
43	Liquides fermentés et boissons spiritueuses	345	338	557	432	432	394	4,814	4,207
44	Eaux minérales et gazeuses, y compris la bière de gingembre	118	101	187	146	145	142	1,552	1,244
45	Tabac, ouvré ou non	239	283	462	360	450	350	3,716	3,171
46	Semences pour l'agriculture et l'horticulture	10	9	14	11	7	6	68	57
47	Savon commun, amidon, bleu et autres articles de lessive; chandelles et bougies; huiles d'éclairage et de chauffage, huiles à graisser	362	365	306	277	292	242	2,809	2,446
48	Parfumerie (y compris les articles de toilette, les préparations pour les dents et les cheveux, et le savon parfumé)	300	311	201	194	186	132	1,990	1,606
49	Jeux divers; articles de pêche, patins à roulettes, jouets d'enfants	38	42	57	43	37	32	418	351
50	Boutons, brosses, petits objets en ivoire, en os ou en jais, et autres articles non compris dans les autres classes	188	189	312	251	215	202	2,538	2,169
TOTAL		4,916	4,740	6,513	5,520	5,806	5,053	64,130	56,737

b. Taxes perçues du 1^{er} janvier au 31 décembre 1889

OBJET	NOMBRE	TAXES	RECETTE TOTALE
			£ s. d.
Demandes d'enregistrement de marques: par le Bureau des brevets	11,129	5 s	2,782 5 0
» » » par la Compagnie des couteliers	172	* 5 s	21 10 0
Appels au Département du commerce	45	1 l	45 0 0
» de la Compagnie des couteliers	6	* 1 l	3 0 0
Publications: Pour augmentation d'espace	—	Diverses	403 5 6
Oppositions: par le Bureau des brevets	158	1 l	158 0 0
» par la Compagnie des couteliers	4	* 1 l	2 0 0
Enregistrement de marques: par le Bureau des brevets	4,687	1 l	† 4,696 17 0
» » » par la Compagnie des couteliers	144	* 1 l	72 0 0
Duplicata de notifications d'enregistrement	94	2 s	9 8 0
Certificats de procédure préliminaire	46	5 s	11 10 0
» pour obtenir l'enregistrement à l'étranger: par le Bureau des brevets	331	5 s	82 15 0
» » » » par la Compagnie des couteliers	1	* 5 s	0 2 6
» destinés aux procédures judiciaires	64	1 l	64 0 0
» de refus: par le Bureau des brevets	10	1 l	10 0 0
» » » par la Compagnie des couteliers	1	* 1 l	0 10 0
Corrections d'erreurs de plume: par le Bureau des brevets	104	5 s	26 0 0
» » » par la Compagnie des couteliers	7	* 5 s	0 17 6
Transferts de marques: par le Bureau des brevets	1,249	Diverses	430 18 6
» » » par la Compagnie des couteliers	39	* Diverses	8 14 0
Rectifications au registre	17	10 s	8 10 0
Annulations d'enregistrements	27	5 s	6 15 0
Changements d'adresses dans le registre	160	5 s	40 0 0
Nombre de feuilles des copies faites par le Bureau	218	4 d	3 12 8
Certifications de copies faites par le Bureau	12	1 s	0 12 0
Recherches et inspections: Bureau principal	2,383	1 s	119 3 0
» » » Succursale de Manchester	1,953	1 s	97 13 0
Demandes d'audiences relatives à des oppositions	51	1 l	51 0 0
Renouvellement d'enregistrement de marques	752	1 l	752 0 0
		TOTAL	£ 9,907 18 8

* La moitié de ces taxes est payée à la Compagnie des couteliers.

† Y compris les taxes pour l'enregistrement de séries de marques de fabrique.

IV. RECETTES ET DÉPENSES DU BUREAU DES BREVETS PENDANT L'ANNÉE 1889

RECETTES	£ s. d.	DÉPENSES	£ s. d.
Taxes perçues pour brevets	151,794 4 4	Appointements	49,086 0 11
» » » dessins	4,833 8 0	Pensions	2,229 0 0
» » » marques de fabrique	9,905 18 8	Indemnités	1,150 0 0
Produit de la vente de publications	6,287 7 6	Dépenses courantes et accidentelles	2,284 19 11
		Fournitures de bureau, achat de livres pour la bibliothèque publique, frais de reliure, etc.	2,600 0 0
		Loyer des bureaux, taxes et assurance	1,050 9 11
		Constructions nouvelles	86 8 8
		Frais d'impression des spécifications de brevets, des index, etc., lithographie des dessins qui accompagnent les spécifications, et impressions diverses	18,200 0 0
		Coût du papier fourni à l'imprimerie et à la lithographie	1,450 0 0
		Combustible, mobilier et réparations	1,149 10 4
			£ 79,286 9 9
		Excédent de recettes pour l'année 1889	£ 93,534 8 9
	£ 172,820 18 6		£ 172,820 18 6