

LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE

REVUE MENSUELLE DU BUREAU INTERNATIONAL

POUR LA PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE, A BERNE

SOMMAIRE

PARTIE OFFICIELLE

LÉGISLATION INTÉRIEURE: ALLEMAGNE. Avis concernant la protection des inventions, dessins et modèles et marques aux expositions (des 25 janvier et 8, 12 et 15 février 1934), p. 25. — **GUATÉMALA. I.** Loi sur les brevets d'invention (décret n° 550, du 17 décembre 1897, révisé par les décrets n° 431, du 14 avril 1899 et 1187, du 9 mai 1922), p. 26. — **II.** Loi sur les concessions faites aux industries nouvelles (décret n° 148, du 20 mai 1886, révisé par le décret n° 1396, du 18 mai 1925), p. 27. — **ITALIE.** Décret royal concernant la protection des inventions, etc. à la XV^e foire d'échantillons de Milan (n° 1833, du 21 décembre 1933), p. 28. — **MANDCHOUKOU.** Règlement pour l'exécution de la loi sur les marques (du 20 novembre 1933), p. 28. — **SUISSE.** Arrêté concernant le poinçonnement des boîtes de montre d'or et de platine (du 9 janvier 1934), p. 31. — **TCHÉCOSLOVAQUIE.** Ordonnance concernant les reproductions et les clichés de marques (du 4 novembre 1933), p. 31. — **YOUgoslavie.** Avis concernant la protection des inventions, dessins et modèles et marques aux expositions (du 7 février 1934), p. 31.

PARTIE NON OFFICIELLE

ÉTUDES GÉNÉRALES: La marque collective, première partie, p. 31.

JURISPRUDENCE: FRANCE. Appellations d'origine. Vins « Saint-Peray ». Usages locaux, loyaux et constants. Champagnisation. Méthode. Périmètre. Simple mode d'utilisation du vin. Publicité. Omission. Recevabilité, p. 39. — **ITALIE.** I. Concurrence déloyale. Produit non breveté. Imitation des éléments essentiels. Fait licite. Imitation servile de la forme et des éléments accidentels. Fait illicite, p. 39. — II. Marques verbales. Mot composé. Racine reproduisant le nom constituant la marque d'autrui. Contrefaçon. Oui, p. 39.

NOUVELLES DIVERSES: FRANCE. Marque de Champagne, p. 40.

BIBLIOGRAPHIE: Ouvrage nouveau (*L. di Franco*), p. 40. — Publications périodiques (*Markenschutz und Wettbewerb*), p. 40.

AVIS

Nous mettons en vente aujourd'hui le troisième (série B), le cinquième et le sixième fascicules des documents préliminaires pour la Conférence de Londres.

La série B du troisième fascicule contient les *Propositions, contre-propositions et observations* formulées à l'égard du Programme de la Conférence par six Administrations unionistes. Il comprend 44 pages, format de la *Propriété industrielle*, et se vend, aux particuliers, au prix de **3 francs suisses**, payables d'avance. La série A, qui coûte également 3 francs (v. avis dans *Prop. ind.* de 1933, p. 177), et la série B se vendent, ensemble, au prix de **5 francs suisses**.

Le cinquième fascicule contient un exposé général sur le service de l'enregistrement international des marques de fabrique ou de commerce (1893-1932). Il comprend 32 pages, format de la *Propriété industrielle*, et se vend, aux particuliers, au prix de **3 francs suisses**, payables d'avance.

Le sixième fascicule contient un exposé général sur le service du dépôt international des dessins et modèles industriels (1928-1932). Il comprend 24 pages, format de la *Propriété industrielle*, et se vend, aux particuliers, au prix de **2 francs suisses**, payables d'avance.

Rappelons que le premier et le deuxième fascicules (*Programme de la Conférence de Londres*, v. avis dans *Prop. ind.* de 1932, p. 73) sont en vente, ensemble, au prix de **6 francs suisses** et que le quatrième fascicule (*Résolutions et vœux de divers Congrès et Assemblées, de 1925 à 1933*, v. avis dans *Prop. ind.* de 1933, p. 177) se vend à **3 francs suisses**.

BUREAU INTERNATIONAL
POUR LA PROTECTION
DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE.

PARTIE OFFICIELLE

Législation intérieure

ALLEMAGNE

AVIS
concernant

LA PROTECTION DES INVENTIONS, DESSINS ET
MODÈLES ET MARQUES AUX EXPOSITIONS
(Des 25 janvier et 8, 12, 15 et 22 février
1934.)⁽¹⁾

La protection des inventions, dessins et
modèles et marques prévue par la loi du

⁽¹⁾ Communications officielles de l'Administration
allemande.

18 mars 1904⁽¹⁾ sera applicable en ce qui concerne la grande exposition du sport nautique (*Grosse Berliner Wasser-sport-Ausstellung*), qui aura lieu à Berlin du 10 au 18 mars 1934. Il en sera de même en ce qui concerne l'exposition des préparations pharmaceutiques et des appareils et instruments médicaux, qui aura lieu à Wiesbaden du 9 au 13 avril 1934, à l'occasion du Congrès de la *Deutsche Gesellschaft für innere Medizin* et de la *Gesellschaft für Verdauungs- und Stoffwechselkrankheiten*, ainsi que pour l'exposition internationale des automobiles et des motocyclettes, qui aura lieu à Berlin du 8 au 18 mars 1934, et pour l'exposition de la photographie, du tirage et de la reproduction, dite «Die Kamera», qui aura lieu à Stuttgart du 24 mars au 15 avril 1934.

L'exposition dite «Deutsches Volk — Deutsche Arbeit» (*peuple allemand — travail allemand*), qui devait avoir lieu à Berlin, à teneur de l'avis du 3 novembre 1933 (v. *Prop. ind.*, 1933, p. 177), du 17 mars au 1^{er} mai 1934, a été renvoyée. Elle se tiendra du 21 avril au 3 juin 1934.

⁽¹⁾ Voir *Prop. ind.*, 1904, p. 90.

GUATÉMALA

I

LOI

SUR LES BREVETS D'INVENTION

(Décret n° 550, du 17 décembre 1897, tel qu'il a été révisé par les décrets n° 431, du 14 avril 1899, et n° 1187, du 9 mai 1922.)⁽¹⁾

JOSÉ MARIA REYNA BARRIOS,

Général de division et Président constitutionnel de la République de Guatemala,

Considérant

Que le décret législatif du 20 mai 1886 est défectueux en ce qui concerne la procédure établie pour l'obtention des brevets d'invention et les contestations civiles qui peuvent surgir relativement au droit au brevet, et qu'il manque aussi de la sanction pénale nécessaire pour la garantie des droits acquis;

Faisant usage des pouvoirs dont l'a investi l'Assemblée nationale, décrète la loi suivante sur les brevets d'invention :

CHAPITRE I^{er}

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

ARTICLE PREMIER. — Toute découverte ou invention, dans un genre d'industrie ou d'art quelconque, confère à son auteur le droit exclusif de tirer profit de son invention ou perfectionnement pendant la durée et sous les conditions établies par la présente loi.

ART. 2. — Tout Guatémaltèque ou étranger domicilié dans la République qui aura inventé une machine, un instrument ou appareil mécanique, un produit industriel d'un genre quelconque ou un procédé d'une application utile aux sciences ou aux arts, pourra obtenir du gouvernement un brevet d'invention lui assurant la propriété de son invention pour un terme de quinze ans au maximum.

ART. 3. — Seront considérés comme découvertes ou inventions nouvelles : les produits industriels nouveaux, les nouveaux moyens et l'application nouvelle de moyens connus pour l'obtention d'un résultat ou d'un produit industriel, soit qu'il s'agisse d'un procédé complètement original ou du perfectionnement d'un procédé déjà connu.

ART. 4. — Il ne sera pas accordé de brevets pour des découvertes ou des in-

ventions déjà connues dans le pays ou à l'étranger, comme tout ou partie d'un procédé déjà employé.

ART. 5. — Les droits à acquitter pour l'enregistrement d'un brevet d'invention ou de perfectionnement seront de 15 ou 10 \$ par an.

ART. 6. — Le paiement desdites annuités s'effectuera à la Trésorerie nationale : la première année, au moment de la concession du privilège; les années suivantes, pendant les dix premiers jours de janvier, faute de quoi le brevet sera annulé par le Bureau qui l'a délivré.

ART. 7. — Il ne sera pas accordé de brevet quand l'invention ou le perfectionnement est contraire aux droits antérieurement acquis par un tiers, à la sûreté ou à la santé publiques, ou à la morale.

ART. 8. — Les brevets tomberont en déchéance :

- 1° quand ils auront été délivrés au préjudice des droits d'un tiers, et que ce fait résultera de la déclaration ou du jugement d'un tribunal compétent;
- 2° quand il se sera écoulé plus d'un an sans que l'industrie ou l'entreprise pour laquelle le brevet a été accordé ait été mise en pratique;
- 3° quand l'industrie ou l'entreprise, une fois organisée, aura été abandonnée pendant un an;
- 4° quand, par suite d'une adulteration, les produits mis en circulation seront inférieurs aux échantillons présentés.

La déchéance sera prononcée par le tribunal compétent, à la demande d'un citoyen quelconque ou du Ministère public.

ART. 9. — Aucune personne ayant perfectionné l'invention brevetée au nom d'un tiers ne pourra faire usage de l'invention principale sans entente préalable avec l'inventeur; ce dernier ne pourra pas davantage se servir du perfectionnement breveté sans l'autorisation de l'auteur.

ART. 10. — Les brevets sont réputés concédés pour le procédé seulement, et non pour les produits qui peuvent s'obtenir par une autre méthode de fabrication.

ART. 11. — Quand la durée de validité du brevet sera écoulée, les descriptions de l'auteur ou de l'inventeur seront publiées, on pourra en prendre copie, et la fabrication par le procédé qui était breveté sera désormais libre.

CHAPITRE II

FORMALITÉS EXIGÉES POUR LA DÉLIVRANCE DU BREVET

ART. 12. — Tout Guatémaltèque ou étranger ayant un an de domicile dans le pays qui aura inventé ou perfectionné une machine, un instrument, un appareil, un produit industriel, une méthode ou un procédé industriel pourra obtenir du Pouvoir exécutif le brevet correspondant à son invention.

Les inventions faites à l'étranger pourront être brevetées dans la République si c'est là le seul moyen d'établir une nouvelle industrie dans le pays, en raison du fait qu'il s'agit d'un procédé de fabrication secret, et en tout cas quand il existe des traités ou conventions internationaux conclus dans ce sens.

ART. 13. — En accordant un brevet, le gouvernement ne porte aucune atteinte au droit des tiers d'établir en justice les droits mieux fondés qui peuvent leur appartenir aux termes de la loi.

ART. 14. — Les demandes de brevets seront déposées à la *Secretaria de Fomento*, sur le papier timbré prescrit.

ART. 15. — A la demande seront joints des échantillons, dessins ou modèles, selon le cas, ainsi qu'une déclaration jurée (dont la signature sera légalisée par notaire), contenant une description claire de l'invention et l'affirmation que celle-ci était inconnue auparavant. On joindra à la demande la preuve du paiement des taxes mentionnées à l'article 5.

ART. 16. — La demande une fois déposée, on la fera publier dans le journal officiel pendant un mois; elle sera ensuite soumise à une commission formée de deux experts pour qu'ils rapportent sur la véracité de la déclaration jurée, sur l'appareil ou la partie d'appareil pour lequel le brevet d'invention ou de perfectionnement peut être accordé, et sur ses avantages et ses inconvénients, tant au point de vue de l'industrie qu'à celui de la sûreté ou de la santé publiques.

Après cela, on entendra le Ministère public avant de prendre une résolution définitive.

ART. 17. — Si aucune opposition fondée n'est formée, et si les rapports et avis des susdits fonctionnaires ne sont pas négatifs, il sera rendu une décision gouvernementale portant délivrance du brevet respectif.

ART. 18. — Le brevet consistera en un certificat contenant le numéro du brevet, la demande, la déclaration ou

(1) L'Administration guatémaltèque ayant bien voulu nous renseigner au sujet de l'état actuel de la législation de son pays en matière de brevets, nous publions à nouveau, avec les corrections nécessaires, le texte que nous avons publié en 1898 (p. 81). (Réd.)

description jurée, la publication du journal officiel, le rapport des experts et la décision gouvernementale correspondante, avec une copie du dessin de la machine ou de l'appareil brevetés. Ces documents seront délivrés par le chef du Bureau des brevets, après paiement de la valeur de l'écrit ou de la copie.

ART. 19. — Tous les différends entre particuliers sont de la compétence des tribunaux.

ART. 20. — Il sera tenu au Bureau des brevets un registre où l'on portera, par inscriptions numérotées, les brevets délivrés et les nouveaux brevets qu'on est en voie d'accorder, en ayant soin d'indiquer dans chaque inscription le résumé des points indiqués à l'article 18.

ART. 21. — La décision portant délivrance du brevet sera publiée dans le journal officiel, et chaque année le susdit Bureau fera connaître les brevets délivrés en une brochure imprimée, qui contiendra les descriptions n'ayant pas un caractère secret.

CHAPITRE III

TRANSMISSION DES DROITS RÉSULTANT DU BREVET

ART. 22. — Quiconque a obtenu un brevet d'invention ou de perfectionnement peut transférer ses droits aux conditions qu'il jugerait convenables, pourvu que l'on détermine la personne obligée au paiement de la taxe fiscale annuelle, que le transfert se fasse par acte public inscrit dans le registre des brevets, et qu'il soit publié dans le journal officiel. En aucun cas une réclamation ne sera admise, à moins qu'il ne soit prouvé qu'il y a eu déni de justice.

ART. 23. — L'acte de transfert devra indiquer si la concession porte uniquement sur le droit de fabrication ou sur le privilège dans son ensemble, et si elle se rapporte à une localité déterminée ou à tout le territoire de la République.

CHAPITRE IV

DISPOSITIONS PÉNALES

ART. 24. — Sera passible des peines prévues par le Code pénal :

- 1° quiconque aura contrefait des machines, appareils ou pièces d'appareils brevetés;
- 2° quiconque, sachant qu'ils constituaient une contrefaçon, en aura fait le commerce d'une manière quelconque;
- 3° quiconque aura contrefait des produits brevetés;

4° quiconque, sachant qu'ils constituaient une contrefaçon, en aura fait le commerce d'une manière quelconque;

5° quiconque aura fait une fausse déclaration, contrairement à la teneur de l'article 15;

6° quiconque aura donné pour breveté un objet qui ne l'est pas.

ART. 25. — Les personnes qui vendent des objets fabriqués en violation du brevet sont tenues de faire connaître au breveté le nom de l'auteur ou du vendeur de ces objets, ainsi que l'époque où ceux-ci leur ont été remis; si elles ne fournissent pas d'explications satisfaisantes sur la provenance desdits objets, elles devront être considérées comme complices.

ART. 26. — Outre les peines indiquées à l'article 24, on prononcera la perte des objets contrefaits et la réparation des dommages et préjudices causés.

ART. 27. — Aucune action civile ou pénale ne pourra être intentée, si les objets de provenance légitime ne portent pas l'indication qu'ils sont brevetés et ne sont pas munis du numéro du brevet, chaque fois qu'il est possible de l'apposer.

De telles actions ne pourront pas davantage être intentées quand il se sera écoulé trois ans depuis l'accomplissement ou la répétition du délit, ou un an depuis le jour où le breveté aurait eu connaissance du fait pour la première fois.

Les actes interruptifs de la prescription seront déterminés par le droit commun.

ART. 28. — Sont complices des délits susmentionnés les ouvriers qui auront dévoilé les secrets des fabriques où ils travaillent, en ce qui concerne les procédés brevetés.

CHAPITRE V

DISPOSITIONS TRANSITOIRES

ART. 29. — A partir du 7 septembre 1908⁽¹⁾, la *Dirección General de Minería, Industria, Fabriles y Comercio* sera chargée de l'enregistrement des marques et du service des brevets. Elle devra observer les dispositions des décrets législatifs nos 448⁽²⁾ et 550⁽³⁾, pour autant qu'ils ne contreviennent pas à la présente ordonnance⁽⁴⁾, qui sera dûment portée à

(1) Date de l'ordonnance (que nous ne possédons pas) ayant ainsi modifié l'article 29 du présent décret.

(2) Voir ci-après, sous le n° II.

(3) C'est-à-dire du présent décret.

(4) Ordonnance précitée, du 7 septembre 1908.

la connaissance de l'Assemblée législative.

ART. 30. — Les personnes qui ont obtenu précédemment un brevet d'invention ou de perfectionnement seront réputées avoir renouvelé leur demande conformément à la présente loi, si elles prouvent au Bureau des brevets qu'elles ont acquitté la taxe mentionnée à l'article 5. Au cas contraire, le brevet sera annulé d'office, et il en sera donné avis dans le journal officiel.

ART. 31. — Le décret du 20 mai 1886 ne demeure en vigueur qu'en ce qui concerne les concessions faites aux industries nouvelles⁽¹⁾.

ART. 32. — Il sera rendu compte de la présente loi à la prochaine législature.

Donné au Palais du Pouvoir exécutif, à Guatemala, le dix-sept décembre mil huit cent quatre-vingt-dix-sept.

JOSÉ MARIA REYNA BARRIOS.

*Le Secrétaire d'État
du Département du Fomento :*

F. GARCIA.

II

LOI

SUR LES CONCESSIONS FAITES AUX INDUSTRIES NOUVELLES

(Décret n° 148, du 20 mai 1886, tel qu'il a été modifié par le décret n° 1396, du 18 mai 1925.)⁽²⁾

ART. 17. — L'Exécutif pourra accorder des concessions à des entreprises d'utilité publique qui s'établiraient dans le pays, ou à des entreprises particulières qui auraient pour objet l'établissement d'industries nouvelles ou le perfectionnement des industries existantes.

ART. 18. — Ces concessions pourront être les suivantes : exemption ou réduction des droits fiscaux pour l'introduction de machines ou de matériel; usage gratuit d'édifices ou de terrains nationaux pendant la durée de la concession; exemption du service militaire pour les ouvriers employés dans l'industrie faisant l'objet de la concession; subventions et primes en numéraire, quand l'état du Trésor le permettra.

En cas d'exemption ou de réduction de droits, les chefs ou les administra-

(1) Voir ci-après, sous le n° II.

(2) Nous nous bornons à reproduire ici les articles dudit décret (publié en 1892, p. 6), qui sont demeurés en vigueur, à teneur de l'article 31 du décret revisé de 1897-1922 ci-dessus.

teurs des entreprises concessionnaires devront, pour obtenir l'expédition de leurs marchandises, présenter à la douane respective une requête contenant les indications suivantes :

- 1° que l'entreprise est comprise parmi celles qui jouissent d'une concession;
- 2° que les articles dont l'expédition est demandée n'excèdent pas les besoins ou les conditions d'existence de ladite entreprise;
- 3° le nom du navire portant les marchandises, les marques et le nombre de colis;
- 4° un état des marchandises existant dans les magasins ou dépôts de l'entreprise, et introduites antérieurement.

Les fonctionnaires chargés de l'expédition de ces marchandises adopteront les précautions nécessaires pour s'assurer de l'exactitude de ce qui est dit dans la requête, et pourront suspendre la délivrance, au cas où ils remarqueraient quelque irrégularité.

Si l'entreprise favorisée de l'exemption de droits cesse d'exister ensuite de l'expiration de la concession, ou pour toute autre cause, elle présentera à la douane respective une copie de l'inventaire exact des articles existants qui appartiennent à l'entreprise, et si ces articles sont destinés à la consommation ou à l'usage des tiers, elle sera tenue de payer les droits correspondants.

ART. 19. — Toute personne qui désire une concession de dix ans au plus pour l'établissement d'une entreprise ou d'une industrie d'utilité publique ou pour l'introduction ou le perfectionnement d'une industrie privée devra se présenter à la *Secretaria de Fomento* et exposer en toute clarté les conditions de l'entreprise, de l'industrie ou du perfectionnement envisagé.

Toute demande tendant à obtenir une concession sera publiée trois fois, dans le délai d'un mois, dans le journal officiel et dans un quotidien du lieu, afin que toute personne dont les droits seraient lésés de ce chef puisse former opposition devant la *Secretaria*. Ensuite, le Ministère décidera, après avoir pris l'avis de deux ou plusieurs experts et avec l'autorisation du Président de la République, s'il y a lieu d'accorder la concession ou de rejeter la demande.

Toutes les demandes en suspens au moment de la publication du présent décret ⁽¹⁾ seront traitées conformément aux dispositions ci-dessus.

ART. 20. — Il ne pourra être accordé de concessions particulières pour l'introduction de machines d'usage domestique et d'autres objets de commerce courant.

ART. 21. — L'exemption accordée à une entreprise déterminée prendra fin, si l'on découvre qu'elle fait le commerce des matières premières ou des articles introduits par elle.

ART. 22. — Dans le cas prévu par l'article précédent, et en sus de la perte de la concession, l'entreprise payera les droits correspondants à toutes les importations effectuées précédemment par elle, plus le quarante pour cent de leur montant total.

ART. 23. — Les concessions deviendront, en outre, caduques dans les cas suivants :

- 1° après l'expiration du délai pendant lequel l'entreprise s'était engagée à mettre en pratique l'industrie ou le perfectionnement ou à commencer les travaux en vue de la mise en pratique;
- 2° quand, après avoir été mise en pratique, l'industrie a été abandonnée pendant plus d'un an.

ART. 24. — Sont abrogés les articles 436 et 437 du chapitre II, titre X, livre 1^{er}, du Code fiscal.

ITALIE

DÉCRET ROYAL

concernant

LA PROTECTION DES INVENTIONS, ETC. À LA XV^e FOIRE D'ÉCHANTILLONS DE MILAN (N° 1833, du 21 décembre 1933.) ⁽¹⁾

Article unique. — Les inventions industrielles et les dessins et modèles de fabrique concernant les objets qui figureront à la XV^e foire d'échantillons, qui aura lieu à Milan, du 12 au 27 avril 1934, jouiront de la protection temporaire prévue par la loi n° 423, du 16 juillet 1905 ⁽²⁾.

MANDCHOUKOUO

RÈGLEMENT

POUR L'EXÉCUTION DE LA LOI SUR LES MARQUES ⁽¹⁾

(Du 20 novembre 1933.) ⁽²⁾

Chapitre I^{er}

Dispositions générales

ARTICLE PREMIER. — Les demandes, les requêtes et toute autre démarche faite devant le Bureau des marques devront être écrites, à moins que le présent règlement n'en dispose autrement.

Chaque document devra être accompagné d'une copie indiquant le domicile ou l'adresse de service du requérant et la date du dépôt. La signature et le sceau du requérant seront apposés sur la copie.

ART. 2. — Toute pièce sera rédigée en langue mandchoue.

Les pouvoirs, les certificats de nationalité et toute autre pièce rédigée en une langue étrangère seront accompagnés d'une traduction.

ART. 3. — Les documents devront être remis au Bureau des marques en autant de doubles qu'il est nécessaire pour en assurer le service à l'autre partie. Si cette dernière comprend plusieurs personnes, le nombre des duplicata pourra correspondre au nombre des représentants de celles-ci (v. *infra*, art. 24).

ART. 4. — Si le dépôt est opéré par un mandataire, il devra être accompagné d'un pouvoir.

ART. 5. — Tout déposant étranger devra produire un certificat de nationalité.

S'il s'agit d'une société, il y aura lieu de déposer l'acte en vertu duquel celle-ci a été constituée.

ART. 6. — La modification ou l'expiration d'un pouvoir seront notifiées, avec preuves à l'appui.

ART. 7. — Si plusieurs demandes ou démarches sont faites en même temps, il suffira de déposer les pièces visées par les trois articles précédents lors d'une demande ou démarche. Il y aura lieu, pour les autres, de se reporter à celle-ci.

ART. 8. — Toute pièce ou démarche concernant l'enregistrement ou le renou-

⁽¹⁾ Loi du 21 septembre 1933 (v. *Prop. ind.*, 1934, p. 8).

⁽²⁾ Nous devons la communication de la traduction anglaise sur laquelle la version française de la présente loi est basée à l'obligeance du *Nakanatsu International Patent and Law Office*, à Marunouchi, Tokyo, 21, *Mitsubishi Buildings*.

⁽¹⁾ Communication officielle de l'Administration italienne.

⁽²⁾ Voir *Prop. ind.*, 1905, p. 193.

⁽¹⁾ Décret n° 1306, du 18 mars 1923, qui se borne à donner à l'article 19 la teneur ci-dessus reproduite.

vement d'une marque, un nouvel examen ou un jugement, devront être accompagnées du numéro de l'enregistrement de la demande ou de l'affaire.

ART. 9. — Si une demande, une requête ou une démarche ne sont pas conformes aux prescriptions figurant dans la loi ou dans le présent règlement, le Directeur du Bureau des marques pourra ordonner leur rectification dans le délai imparti par lui. Il en sera de même si le pouvoir fait défaut, si la taxe prescrite n'a pas été versée ou si les pièces ou les échantillons ne sont pas assez clairs et complets.

Quiconque aurait déposé une pièce ou un échantillon au Bureau des marques pourra corriger ou compléter son dépôt aussi longtemps que l'affaire est soumise à l'examen, au nouvel examen ou à un jugement. Toutefois, les modifications ne pourront pas porter sur une partie essentielle.

ART. 10. — Le fait de transformer une demande portant sur une marque isolée en une demande portant sur une marque associée ne sera pas considéré, pour les effets de l'alinéa 2 de l'article précédent, comme constituant une modification essentielle.

ART. 11. — Lors d'un examen, d'un nouvel examen ou d'un jugement, le Directeur du Bureau des marques, l'examineur ou le Président de la Cour pourra, s'il le juge nécessaire, ordonner à une partie de déposer des échantillons dans le délai imparti par lui.

ART. 12. — Quiconque désirerait qu'un cliché de marque ou un échantillon lui soit retourné devra en informer le Bureau des marques au moment du dépôt. Il y aura lieu de retirer l'objet dans les trente jours suivant l'avis par lequel le Bureau des marques le met à la disposition du propriétaire. A défaut, le Directeur du Bureau des marques pourra disposer des objets précités.

ART. 13. — Le Directeur du Bureau des marques, le Président de la Cour ou l'examineur pourront modifier, sur requête ou d'office, toute date ou tout délai fixés à teneur de la loi ou du présent règlement.

ART. 14. — Les notifications relatives à un examen, un nouvel examen ou un jugement que la loi et les ordonnances imposent de délivrer à telle date ou dans tel délai ou dont la délivrance constitue le point de départ d'un délai devront être adressées à l'intéressé par

la poste ou remises à la main par un messenger du Bureau des marques.

ART. 15. — Si l'envoi est fait par la poste, il sera recommandé.

ART. 16. — Si le domicile privé ou l'adresse de service de l'intéressé sont inconnus ou si la délivrance ne peut pas avoir lieu conformément aux prescriptions de l'article précédent, la notification pourra être faite par un avis publié dans la Gazette officielle et dans le Journal des marques et affiché au Bureau des marques.

Ces notifications publiques prendront effet vingt jours après la date de la publication dans la Gazette officielle.

Il ne sera pas nécessaire de publier dans la Gazette officielle et dans le Journal des marques une notification visant la même personne et la même affaire. Dans ce cas, la notification prendra effet à compter de la date à laquelle elle aura été affichée au Bureau des marques.

ART. 17. — Si, à défaut du mandataire visé par l'article 8 de la loi, une notification doit être expédiée à une personne n'ayant ni son domicile ni sa résidence dans le pays, elle sera considérée comme ayant été faite le jour où elle a été mise à la poste.

ART. 18. — Les documents, les démarches, etc., prendront effet le jour et l'heure où le Bureau des marques les a reçus.

ART. 19. — Toute démarche tendant à obtenir la copie d'un document ou l'autorisation d'examiner ou de copier une pièce ou un échantillon pourra être faite verbalement.

ART. 20. — Toute copie portera une mention attestant qu'elle est conforme à l'original. Elle sera signée par un fonctionnaire du Bureau des marques, qui y apposera son sceau.

Chapitre II

Des demandes

ART. 21. — Quiconque désire obtenir l'enregistrement d'une marque devra déposer au Bureau des marques une demande écrite pour chaque classe de produits (v. *infra*, art. 30), accompagnée de cinq reproductions de la marque et des explications nécessaires.

S'il s'agit d'une marque en couleurs, les couleurs seront indiquées dans la demande et il sera déposé cinq reproductions de la marque en couleur.

Les reproductions seront sur papier fort, ayant 20 cm. au maximum de long

et de large. Les couleurs seront inaltérables.

S'il s'agit d'une marque associée, il y aura lieu d'énumérer dans la demande toutes les marques entrant en ligne de compte.

ART. 22. — Le Bureau des marques délivrera un reçu de toute pièce déposée.

ART. 23. — Si l'enregistrement est demandé conjointement par plusieurs personnes, il devra être déposé un document attestant que l'entreprise en cause est exploitée en commun par celles-ci.

ART. 24. — Lorsque plusieurs personnes déposent conjointement une demande ou font une démarche relative à une marque, ou lorsqu'elles sont copropriétaires d'une marque, chacune sera considérée comme représentant les autres devant le Bureau des marques, à moins que le Bureau des marques n'ait été informé que l'une de ces personnes est expressément chargée de représenter les autres.

ART. 25. — Toute notification de cession faite à teneur de l'alinéa 3 de l'article 7 de la loi devra être accompagnée d'une pièce attestant que le droit à la marque est cédé avec l'entreprise.

ART. 26. — Le renouvellement d'une marque devra être demandé par écrit trois mois au moins et une année au plus avant l'expiration de la période de protection en cours. Toutefois, le dépôt pourra encore être opéré dans les trente jours qui précèdent ladite expiration, si l'intéressé justifie des causes du retard.

La demande sera accompagnée de cinq reproductions de la marque et d'une pièce attestant que l'entreprise en cause existe toujours.

ART. 27. — Le Directeur du Bureau des marques attribuera à toute demande d'enregistrement ou de renouvellement un numéro, qu'il communiquera au déposant.

ART. 28. — S'il y a conflit entre plusieurs demandes (deuxième phrase de l'alinéa 2 de l'art. 4 de la loi), le Directeur du Bureau des marques impartira un délai opportun, dans lequel les parties devront s'entendre et lui notifier en faveur de qui l'enregistrement doit être opéré.

A défaut de notification dans le délai prescrit, le Directeur du Bureau des marques pourra admettre qu'aucune entente n'a été possible.

ART. 29. — Toute demande d'enregistrement portant sur une marque visée

par l'article 70 de la loi devra être accompagnée du certificat d'enregistrement original et d'un document attestant que la marque est toujours valable.

ART. 30. — Toute demande d'enregistrement devra indiquer les produits auxquels la marque s'applique, conformément à la classification ci-après :

. (1)

Chapitre III

De l'examen et du nouvel examen

ART. 31. — L'examinateur signera sa décision et il y apposera son sceau. Le document contiendra :

- 1° le numéro de la demande;
- 2° la classe et les noms des produits auxquels la marque s'applique;
- 3° le nom et les titres du déposant et du mandataire;
- 4° le texte de la décision, avec exposé des motifs;
- 5° la date de la décision.

S'il est accordé l'enregistrement d'une marque associée, il sera indiqué dans la décision, par rapport à toutes les marques associées, le numéro de l'enregistrement ou de la demande.

ART. 32. — La notification relative au conflit existant entre plusieurs dépôts (art. 27 de la loi) sera signé par l'examinateur, qui y apposera son sceau. Elle indiquera :

- 1° le numéro de chacune des demandes en cause;
- 2° la classe et le nom des produits auxquels les marques s'appliquent;
- 3° les noms, titres, domicile, résidence ou adresse de service des déposants et des mandataires.

ART. 33. — Le Directeur du Bureau des marques communiquera au déposant copie de toute décision prise au sujet de sa demande.

ART. 34. — Toute demande tendant à obtenir un nouvel examen devra contenir :

- 1° les noms, titres, domicile, résidence ou adresse de service du déposant et du mandataire;
- 2° un exposé de l'affaire;
- 3° une requête expresse et motivée.

ART. 35. — Le Directeur du Bureau des marques attribuera à la demande un numéro, qu'il notifiera au requérant et à toute autre personne intéressée.

ART. 36. — Toute décision portant sur un nouvel examen sera signée par le

Directeur du Bureau des marques, qui y apposera son sceau. Elle contiendra :

- 1° le numéro attribué au nouvel examen;
- 2° les noms, titres, domicile, résidence ou adresse de service du requérant et du mandataire;
- 3° un exposé de l'affaire;
- 4° la reproduction de la requête et un résumé des motifs qui l'accompagnent;
- 5° le texte et les motifs de la décision;
- 6° la date de la décision.

S'il s'agit d'un nouvel examen portant sur une marque associée, il y aura lieu d'indiquer dans la décision les numéros attribués aux demandes ou aux certificats d'enregistrement portant sur chaque marque associée.

ART. 37. — Le Directeur du Bureau des marques communiquera au déposant copie de toute décision prise au sujet de sa demande.

ART. 38. — Après réception de la notification de la décision ou du jugement accordant l'enregistrement, le déposant fournira au Bureau des marques, dans le délai — ne dépassant pas trente jours — imparti par le Directeur, un cliché destiné à la reproduction de la marque.

Le cliché sera en bois, en métal ou en toute autre matière appropriée. Il n'atteindra ni 10 cm. de long et de large, ni 2,4 cm. de haut.

S'il s'agit d'une marque en couleurs, le cliché portera les lignes nécessaires pour séparer les couleurs. Rien n'y sera toutefois gravé qui puisse être considéré par erreur comme étant un élément de la marque.

ART. 39. — Les dispositions des articles 43 et 51 ci-après seront applicables, *mutatis mutandis*, à l'examen et au nouvel examen.

Chapitre IV

Du jugement

ART. 40. — Toute demande écrite tendant à obtenir un jugement contiendra :

- 1° les noms, titres, domicile, résidence ou adresse de service des parties et de leurs mandataires;
- 2° un exposé de l'affaire;
- 3° la requête expresse et motivée;
- 4° l'indication des intérêts en conflit.

S'il s'agit d'établir le droit portant sur une marque non enregistrée, il y aura lieu d'indiquer les produits auxquels celle-ci s'applique et les autres détails nécessaires et de déposer des reproductions de la marque.

ART. 41. — S'il s'agit d'une marque appartenant conjointement à plusieurs

personnes, tous les co-propriétaires seront partie intéressée à l'affaire.

ART. 42. — Le Directeur du Bureau des marques attribuera à la demande un numéro qu'il notifiera à toutes les parties intéressées, avec le nom des juges désignés pour connaître de l'affaire. Il en sera de même si la composition de la Cour subit une modification.

ART. 43. — Toute pièce concernant un jugement sera accompagnée des preuves et des pièces opportunes.

S'il s'agit de documents, il en sera déposé copie. S'il s'agit d'objets, des reproductions ou des échantillons seront fournis au Bureau des marques et aux parties intéressées. Les échantillons seront accompagnés de dessins. A défaut, une légende explicative y sera annexée.

ART. 44. — Le Président de la Cour fixera la date des débats oraux et il la notifiera aux parties.

ART. 45. — Les parties fourniront au Bureau des marques un bordereau des pièces et des objets qu'elles se proposent de présenter lors des débats oraux.

ART. 46. — Procès-verbal des débats oraux sera dressé. Le rédacteur le signera.

ART. 47. — Si une demande tendant à obtenir un jugement est retirée, le Directeur du Bureau des marques en informera les autres parties.

ART. 48. — Le Directeur du Bureau des marques délivrera copie du jugement à toutes les parties intéressées.

ART. 49. — Le jugement contiendra :

- 1° le numéro attribué à l'affaire;
- 2° les noms, titres, domicile et résidence ou adresse de service des parties et de leurs mandataires;
- 3° un exposé de l'affaire;
- 4° un résumé des déclarations des parties et des motifs de celles-ci;
- 5° le texte et les motifs du jugement;
- 6° la date du jugement.

ART. 50. — Quiconque désirerait obtenir une décision portant sur les dépens fournira au Bureau des marques la liste écrite des frais, accompagnée d'un document prouvant que ceux-ci sont indispensables.

Chapitre V

Du certificat d'enregistrement et des taxes

ART. 51. — Les certificats d'enregistrement seront conformes au formulaire ci-après (1). Ils porteront une reproduction de la marque.

(1) Nous omettons cette classification, qui est très détaillée, parce qu'elle est identique à la classification japonaise (v. *Prop. ind.*, 1933, p. 182).

(1) Nous ne reproduisons pas ce formulaire, qui doit être utilisé en langue mandchoue.

Art. 52. — Si un certificat est égaré ou endommagé, il pourra être demandé, avec exposé des motifs et production de la pièce détériorée, la délivrance d'un nouveau certificat.

Art. 53. — La taxe d'enregistrement devra être acquittée dans les trente jours qui suivent la notification de la décision définitive accordant l'enregistrement.

Sur requête, ce délai pourra être prolongé de trente jours.

Art. 54. — Les taxes à acquitter sont fixées comme suit :

1. Pour une demande d'enregistrement	5
2. Pour le changement du nom du déposant	5
3. Pour la copie d'un certificat d'enregistrement	5
4. Pour une demande de renouvellement	5
5. Pour un nouvel examen	20
6. Pour un jugement	30
7. Pour fixer le montant des dépens	1
8. Pour une prolongation de délai	1
9. Pour une prolongation du délai utile pour le dépôt d'une demande de renouvellement	2
10. Pour la reprise d'un examen	1
11. Pour un certificat	1
12. Pour la copie d'un document, par cent mots ou fraction de cent mots, en caractères européens	0,5
— s'il y a des dessins ou des reproductions de la marque, pour chaque pièce . . de 1 à 30	
13. Pour examiner ou copier une pièce, par heure ou fraction d'heure	0,5

Dispositions additionnelles

Art. 51. — Le présent règlement entrera en vigueur le 20 novembre 1933.

SUISSE

ARRÊTÉ

concernant

LE POINÇONNEMENT DES BOÎTES DE MONTRE D'OR ET DE PLATINE

(Du 9 janvier 1934.)⁽¹⁾

ARTICLE PREMIER. — Les bureaux de contrôle des ouvrages en métaux précieux ne peuvent marquer du poinçon officiel de contrôle les boîtes de montre d'or et de platine fabriquées en Suisse que si la marque collective de la fédéra-

tion suisse des associations de fabricants de boîtes de montre en or (F. B.) y a été apposée, comme poinçon de maître.

Art. 2. — Ladite fédération est tenue de marquer aussi de son poinçon de maître les boîtes de montre d'or et de platine qui lui sont présentées par des fabricants non affiliés, moyennant qu'ils se conforment à ses conditions de livraison et de vente, ainsi qu'aux prescriptions de contrôle s'y rapportant.

Si la fédération refuse de marquer des boîtes de montre de son poinçon de maître, celui qui les a présentées peut déférer la décision au Département de l'économie publique.

Art. 3. — La fédération doit soumettre à l'approbation du Département de l'économie publique toute modification de ses statuts et règlements.

Art. 4. — Le présent arrêté entre en vigueur le 15 janvier 1934.

TCHÉCOSLOVAQUIE

ORDONNANCE

concernant

LES REPRODUCTIONS ET LES CLICHÉS DE MARQUES

(Du 4 novembre 1933.)⁽¹⁾

A teneur du § 13, alinéa 5, de la loi du 6 janvier 1890 sur les marques⁽²⁾, telle qu'elle a été modifiée par la loi du 20 décembre 1932⁽³⁾, le Gouvernement tchécoslovaque ordonne ce qui suit :

§ 1. — (1) Les reproductions de marques doivent être distinctes et claires.

(2) En sus du nombre prescrit par le § 13, alinéa 1, de la loi de 1890, il y aura lieu de déposer, si le Bureau des marques le demande, 6 exemplaires supplémentaires de la reproduction de la marque.

(3) Si le déposant revendique la protection en couleurs, il y aura lieu de déposer, en sus des exemplaires visés par l'alinéa (2), 10 exemplaires de la marque en couleurs.

§ 2. — (1) Le cliché doit reproduire la marque si fidèlement que les détails de celle-ci ressortent clairement. Il doit se prêter à l'impression de la marque et mesurer au moins 15 mm. et au plus 10 cm. en longueur et en largeur. La hauteur du cliché doit être exactement de 24 mm.

⁽¹⁾ Voir *Blatt für Patent-, Muster- und Zeichenwesen*, n° 12, du 28 décembre 1933, p. 308.

⁽²⁾ Voir *Prop. ind.*, 1892, p. 43.

⁽³⁾ *Ibid.*, 1933, p. 53.

(2) En même temps que le cliché, il y aura lieu de déposer une empreinte obtenue à l'aide de celui-ci.

(3) Sur requête du déposant et aux frais de celui-ci, un cliché pourra être fait par les soins de la Chambre de commerce et d'industrie.

(4) Le déposant ne sera pas tenu de fournir un cliché si la marque consiste exclusivement en des chiffres, des lettres ou des mots, à moins qu'il ne tienne à ce que la marque soit enregistrée en une forme spéciale d'exécution. Si le cliché n'a pas été déposé, le Bureau des marques l'indiquera sur le registre et sur le certificat.

§ 3. — La présente ordonnance entre en vigueur le jour de sa publication. Elle sera exécutée par les soins du Ministre de l'Industrie et du Commerce.

YUGOSLAVIE

AVIS

concernant

LA PROTECTION DES INVENTIONS, DESSINS ET MODÈLES ET MARQUES AUX EXPOSITIONS

(Du 7 février 1934.)⁽¹⁾

La protection des inventions, dessins, modèles et marques, prévue par la loi sur la protection de la propriété industrielle, sera applicable en ce qui concerne les foires qui auront lieu à Zagreb du 28 avril au 6 mai et du 1^{er} au 10 septembre 1934, ainsi qu'aux foires qui auront lieu à Ljubljana du 30 mai au 10 juin et du 1^{er} au 10 septembre 1934.

PARTIE NON OFFICIELLE

Études générales

LA MARQUE COLLECTIVE

I. SON BUT

Les marques collectives ont pris au cours de ces dernières années — grâce à l'orientation de l'économie moderne — une importance considérable, que l'avenir verra sans doute augmenter encore. C'est sous le signe de l'authenticité de la production qu'elles se développent. Chaque pays s'efforce de satisfaire à ses besoins par ses propres moyens et de fermer à l'étranger le mar-

⁽¹⁾ Communication officielle de l'Administration yougoslave.

⁽¹⁾ Voir *Recueil des lois fédérales*, n° 2, du 10 janvier 1934, p. 21.

ché intérieur. Aussi, le caractère national du produit et l'indication certaine de sa provenance jouent-ils un rôle prépondérant dans cette lutte. La marque collective est, dans ce domaine, un instrument excellent, car elle se prête fort bien à être utilisée à titre d'appellation d'origine, par le fait qu'elle n'est mise qu'à la disposition des membres de la collectivité. Aussi fut-il souvent soutenu naguère que la fonction d'indication de provenance était la seule raison d'être de la marque collective ⁽¹⁾.

En revanche, il est attribué de nos jours à la marque collective une autre fonction aussi, dont l'importance devient de plus en plus grande : une fonction de désignation de qualité. Cette évolution provient de ce que certaines industries ne parviennent à triompher, dans la lutte entre concurrents, que parce que leurs produits ont atteint une excellence à laquelle les produits d'autrui ne sauraient prétendre. Dès lors, pour que la qualité supérieure puisse servir d'appât, il est nécessaire qu'elle soit garantie aux chalandes par un contrôle professionnel spécial. L'industrie nationale a été amenée à organiser le contrôle des produits de qualité, de telle provenance connue, parce que les marchés étrangers deviennent de moins en moins abordables et que partant nul ne saurait y pénétrer et y soutenir la concurrence s'il n'offre pas un produit de qualité pouvant supporter sans fléchir les droits douaniers qui le frappent durement. La garantie de la qualité est fournie par un contrôle exercé par l'État ou par une collectivité, contrôle dont la marque collective doit être la preuve et le signe. Il est donc nécessaire que le contrôle soit sévère et que l'emploi abusif de la marque collective soit rigoureusement puni. Au cas contraire, celle-ci perd sa valeur et nuit à l'industrie intéressée, au lieu de l'avantager.

Ainsi, nous voilà revenus au contrôle de la qualité organisé sur le terrain corporatif, qui fleurissait au Moyen-Âge, au moment où les corporations d'arts et métiers connurent leur splendeur. Rien de nouveau sous le soleil !

Il est évident que les deux fonctions que nous venons d'examiner peuvent être cumulées : l'emploi d'une marque collective peut fort bien être borné à des produits provenant d'un lieu ou

d'une région réputés et dont la qualité est contrôlée. A l'heure actuelle, la marque collective peut remplir aussi une troisième fonction : elle peut devenir une arme entre les mains du protectionnisme, qui se propose — à un point de vue purement nationaliste — d'induire le public à n'acheter que des produits indigènes, même s'ils ne sont nullement supérieurs aux produits étrangers correspondants. Dans ce cas, la marque collective n'est mise qu'à la disposition des ressortissants du pays ; les industriels étrangers ne peuvent pas l'utiliser, même s'ils sont établis depuis de longues années dans le pays, et ils doivent, en outre, subir parfois un relâchement du contrôle exercé par rapport soit à la qualité des produits provenant des maisons indigènes, soit à la constatation que celles-ci ne s'occupent vraiment que de produits nationaux fabriqués à l'aide de matières premières nationales. Dans ces conditions, il n'est pas douteux que la marque collective peut entraîner de graves dénis de justice. Il est donc naturel que certains pays (par ex. la Grande-Bretagne) regardent encore d'un œil méfiant son libre emploi et qu'ils réservent à l'État le droit de décider, dans chaque cas particulier, s'il y a lieu ou non de le permettre, dans l'intérêt public.

II. QUELQUES EXEMPLES DE SON EMPLOI

a) ALLEMAGNE. — Nous nous reportons, en ce qui concerne ce pays, à l'excellente conférence de M. Hans Jungblut (publiée dans *Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht* de mars 1932, p. 205 et suiv.), où nous trouvons des exemples intéressants de marques collectives utilisées à titre de marques de qualité. L'auteur de cette conférence rappelle que les marques collectives allemandes de qualité jouirent au Moyen-Âge d'une grande renommée, notamment dans les corporations des orfèvres et des potiers d'étain, et qu'elles ne pouvaient être utilisées que par les membres de la corporation et seulement par rapport aux produits contrôlés par l'État ou par les examinateurs assermentés appartenant à la corporation ; il cite une ordonnance de police datée de 1548, qui prescrivait que tout objet d'orfèvrerie devait être soumis au contrôle préalable et porter le poinçon de l'artisan, à côté de l'armoirie de la ville ou du seigneur.

En ce qui concerne la situation actuelle, le travail de M. Jungblut nous fournit les exemples suivants :

Sont particulièrement importantes les marques collectives de l'«*Ausschuss für*

Lieferungsbedingungen im Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit» (marque «*Ral*», composée des initiales des mots «*Reichs-Ausschuss - Lieferungsbedingungen*») et du *Deutsche Normen-Ausschuss* (marque «*Din*»). La marque «*Ral*» ne peut être utilisée que par les maisons et pour les produits qui répondent aux conditions de qualité établies par le *Reichsausschuss* (prescriptions de valeur, classes de qualité, examen préalable des produits). Tous les produits portant la marque «*Ral*» ne sont pas examinés au point de vue de la qualité par l'État ou par des examinateurs désignés par l'*Ausschuss*. Celui-ci se borne à donner, en ce qui concerne la qualité et l'examen, des prescriptions que les maisons appelées à utiliser la marque doivent observer. La marque «*Din*» est réservée aux produits et aux parties de produits qui répondent aux prescriptions du *Normen-Ausschuss der Deutschen Industrie* et qui sont fabriqués en Allemagne. Elle est essentiellement apposée sur des produits dont le poids et le volume sont considérables.

En outre, les marques collectives garantissant la qualité de produits agricoles tels que le lait, le beurre, le fromage, les pommes de terre, les choux, les œufs ⁽¹⁾ ont une valeur considérable. C'est à celles-ci que la popularité récente des marques de qualité est due en Allemagne. Les produits du lait ont fait l'objet d'une loi spéciale qui est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 1932. Celle-ci a institué — pour une qualité spécialement bonne de ces produits — la désignation de «*Markenmilch*», réservée aux cas où les prescriptions spéciales concernant le traitement des vaches, la manipulation du lait et une surveillance active par des bureaux de contrôle sont observées. La loi autorise le *Reich*, des corporations de droit public ou des associations privées dûment autorisées à utiliser des marques collectives de qualité pour lesdits produits.

Il y a encore lieu de rappeler les marques collectives suivantes, qui garantissent la qualité de certains produits industriels :

Le syndicat des filatures allemandes de lin possède deux marques, l'une pour de la toile pure, l'autre pour de la toile mixte, de bonne qualité. De la sorte, le syndicat peut triompher de la concurrence d'autres filatures, qui ne produisent que des tissus en coton ou conte-

(1) Ainsi, lors du Congrès de l'Association internationale pour la protection de la propriété industrielle tenu à Lyon en 1901, le rapporteur (M. Pey, Secrétaire de l'Union des Chambres syndicales lyonnaises) ne parla de la marque collective qu'à titre d'indication de provenance du lieu ou de la région d'où le produit tire sa renommée.

(1) Une ordonnance du 1^{er} décembre 1930, concernant la sûreté de l'économie et des finances, prévoit que des marques de qualité pourront être adoptées pour d'autres produits aussi.

nant un pourcentage minime de fils de lin et qui pouvaient quand même, naguère, faire passer leurs produits pour des tissus en lin, parce qu'elles avaient obtenu le brillant caractéristique de la toile véritable. La marque collective pour toile pure est composée d'une main faisant le geste de prêter serment et des mots «*Reinleinen*». Elle ne peut être utilisée que par les membres de l'association, pour des produits répondant exactement aux prescriptions contenues — en ce qui concerne la qualité — dans le statut du syndicat, qui est soumis au *Reichs-Ausschuss für Lieferungsbedingungen* précité. La marque pour toile mixte consiste du mot «*Halbleinen*» figurant au milieu d'un fonds de petites croix. Elle est réservée aux tissus dont le 30 % au moins du poids est donné par du lin et dont la chaîne ou la trame sont en fils de lin. L'emploi de ces marques pour des produits dont la qualité ne répond pas auxdites prescriptions peut être puni par la commission du syndicat d'une peine contractuelle de 5000 *Rm.* au maximum et le coupable peut être dépossédé à l'avenir du droit d'utiliser la marque. Appel peut être formé auprès du tribunal d'arbitrage des associations.

L'industrie métallurgique (outils, instruments, machines agricoles) a formé un syndicat qui a également adopté et mis à la disposition de ses groupements professionnels une marque collective garantissant la qualité. La marque ne peut être utilisée que par les maisons qui prouvent que leurs produits remplissent les conditions prescrites à titre de minimum. Le comité appelé à accorder l'autorisation de se servir de la marque (comité composé d'industriels, de commerçants et de consommateurs) doit veiller à ce que les produits qui en sont revêtus répondent réellement aux prescriptions. Toute contravention peut être punie d'une amende de 3000 *Rm.* au maximum et de l'interdiction temporaire ou permanente d'utiliser la marque.

La *Vereinigung Deutscher Stepp- und Daunendecken-Fabrikanten* (Union des courtrepontiers et des fabricants de couvertures rembourrées de duvet) possède une marque destinée à garantir que les matières dont les courtrepontes, les édredons, etc. sont rembourrés, sont manufacturées d'une manière scrupuleusement hygiénique, qu'il n'est utilisé que des matières premières véritables et entièrement neuves, etc. La marque ne peut être utilisée que par les maisons qui possèdent des installations mécani-

ques pour le nettoyage et la désinfection du matériel, avant qu'il soit utilisé pour le rembourrage (v. toutefois exception prévue ci-dessous). La puissance des moyens de désinfection doit être vérifiée par l'autorité compétente. En outre, l'atelier est examiné, avant que l'Union n'accorde à son propriétaire le droit d'utiliser la marque collective, par un expert neutre désigné par elle. Enfin, si le matériel de rembourrage n'est pas manipulé et lavé par le courtrepontier lui-même, ce travail doit être fait seulement par des fabricants autorisés et par des buanderies qui se soumettent au contrôle de l'Union. Toute contravention aux prescriptions relatives à la qualité des produits est punie d'une amende contractuelle de 1000 *Rm.* au maximum.

Le *Verband der Rasierklängen-Fabrikanten* (fabricants de lames pour rasoirs) de Solingen garantit, lui aussi, par une marque collective, la qualité du métal et du travail. La matière première doit être achetée par son entremise et provenir seulement d'aciéries dont l'acier est soumis à un examen rigoureux opéré par le laboratoire de l'école professionnelle de Solingen. Le contrôle des lames à rasoir est fait par une commission de l'Union.

Toute contravention aux prescriptions relatives à la qualité du produit peut être punie par celle-ci du retrait temporaire ou permanent de l'autorisation d'utiliser la marque, et d'une amende d'un *Rm.* par lame défectueuse.

L'Union des fabricants de cartels de la Forêt-Noire met une marque collective à la disposition de ses membres, qui s'engagent à fabriquer de bons mouvements d'horlogerie, conformément à ses prescriptions. En cas de contravention, le coupable doit répondre des dommages causés par lui à l'Union et à ses membres. Il y a lieu d'observer, au sujet de cette marque, que les statuts de l'Union ne contiennent, à ce qu'il paraît, aucune disposition relative au contrôle de la qualité du produit et que d'ailleurs l'exigence que le mouvement soit «bon» est elle-même trop élastique et trop vague pour que le public lui attribue une valeur considérable. Dans ces conditions, ladite marque collective est bien moins efficace que celles ci-dessus énumérées.

Rappelons encore que l'Union des tanneurs de cuirs (*Verband der Ledergerber*) et l'Association des fabricants de fécula de pommes de terre (*Gemeinschaft der Kartoffelstärkeindustrien*) se sont donné des prescriptions statuta-

res relatives à la qualité des produits convertis par la marque collective mise à la disposition de leurs membres et aux peines contractuelles qui frappent les enfreintes portées à ces prescriptions et que l'Union des fabricants de rubans en soie (*Verband der Seidenbandindustrien*) possède, elle aussi, une marque collective (qui a fait, sous le n° 39 535, l'objet d'un enregistrement international).

Il y a lieu, enfin, d'enregistrer les conditions spéciales que l'agriculture et l'élevage des animaux posent en ce qui concerne la garantie de la qualité de certaines plantes (semences de blé, pommes de terre, etc.) et de certains animaux de reproduction. Les unions agricoles tiennent des registres spéciaux où elles inscrivent toute *Hochzucht* (élevage de choix), constatée grâce à un examen approfondi et à une surveillance prolongée, qui confère le droit d'utiliser la marque «*Eingetragene Hochzucht*» (élevage de choix enregistré). Il ne s'agit donc pas d'une marque inscrite au registre ordinaire des marques de fabrique ou de commerce, mais d'une marque *sui generis*, mise par l'Union à la disposition de ses membres et garantissant, elle aussi, la qualité du produit. Tout emploi abusif est puni d'une amende contractuelle jusqu'à 300 *Rm.* par les unions agricoles. Quant aux unions d'éleveurs d'animaux, les abus sont impossibles, car la marque à feu est apposée par des délégués de l'Union, et non pas par les éleveurs.

b) BELGIQUE. — Le «Groupement professionnel des fabricants de ciment Portland artificiel de Belgique» (association sans but lucratif) a fait enregistrer une marque collective pour ciment qui porte la mention «Ciment Portland soumis au contrôle» et qui a fait aussi, sous le n° 55 479, l'objet d'un enregistrement international. L'«Association des constructeurs de matériel électrique de Belgique» (union professionnelle) possède la marque collective «Acme belga» (marque internationale n° 60 547) destinée, croyons-nous, à indiquer seulement la provenance belge, car nous ne connaissons pas de dispositions statutaires relatives au contrôle de la qualité de ces produits.

c) CUBA. — La loi du 16 juillet 1912⁽¹⁾ a introduit un timbre ou une bande nationale de garantie de la provenance des tabacs (enregistrements in-

(1) Voir *Prop. ind.*, 1916, p. 8. Voir aussi décret du 26 mars 1929 et ordonnance du 9 mai 1929 (*ibid.*, 1930, p. 7).

ternationaux n^{os} 17 334/35), obligatoires pour les exportateurs de tabacs et de cigares. Le fisc délivre autant de timbres ou de bandes que l'exportateur déclare, dans sa requête, devoir servir pour ses exportations mensuelles. Un rapport mensuel doit préciser les exportations faites au cours du mois précédent. Le fisc compare le rapport avec les statistiques d'exportation dressées par les autorités douanières et constate par ce moyen et par tous autres moyens à sa portée si le rapport est véridique. Toute contravention est punie d'une amende de 500 pesos ou de six mois d'emprisonnement, ou des deux peines à la fois, suivant la gravité de la faute. Il s'agit donc d'une marque collective garantissant la provenance, et non pas la qualité des produits.

d) DANEMARK. — En vertu d'une ordonnance du 30 août 1906 ⁽¹⁾, il a été ordonné que le beurre fabriqué dans le pays au moyen de crème pasteurisée et la viande de porc légèrement salée d'origine danoise qui sont exportés au dehors doivent être munis au lieu de la fabrication d'une marque spéciale ⁽²⁾ et soumis à un contrôle exercé par l'autorité compétente. Ce sont donc là des marques collectives garantissant à la fois l'origine et la qualité des produits.

e) ESPAGNE. — Une loi du 11 juin 1929 ⁽³⁾ avait créé une marque nationale à titre de garantie de la production et de la provenance espagnoles des fruits et autres produits agricoles, ainsi que des vins et huiles. L'emploi de cette marque était autorisé par une commission permanente de surveillance des exportations, par rapport aux produits seulement dont la classification commerciale concordait avec les déclarations faites par l'exportateur ou par son agent sur les marques individuelles, les affiches, les contrats de vente, etc. La Commission pouvait frapper les contrevenants de peines proportionnées à la gravité de la faute. Cette loi a été rapportée. Elle sera remplacée, paraît-il, par de nouvelles dispositions analogues.

En revanche, il existe toujours une marque collective pour les vins récoltés dans la région de Rioja, marque dont l'enregistrement est opéré par le Conseil réglant ladite dénomination vinicole, avec siège à Logroño (décret du 22 oc-

tobre 1926; v. *Prop. ind.*, 1927, p. 4). Le Conseil est chargé de régler l'usage de la marque, de dénoncer les actes constituant une fausse indication de provenance et de proposer les moyens aptes à poursuivre les personnes fautives.

Enfin, la municipalité de la ville de Jerez a fait enregistrer une marque collective verbale, composée du nom «Jerez», destinée à couvrir les vins, eaux-de-vie et liqueurs exportés de cette région (marque internationale n^o 38 025). Nous ignorons les détails concernant le contrôle de l'emploi de ces marques.

f) FRANCE. — Les marques collectives françaises les plus connues et les plus importantes sont celles de l'«Union nationale intersyndicale des marques collectives» qui consistent dans le signe «Unis» ou les mots «Unis France» figurant dans divers encadrements, ou les mots «Unis France» accompagnés de diverses mentions verbales et figuratives, c'est-à-dire combinés avec la marque individuelle de tel ou tel membre de l'Union, et qui ont fait aussi l'objet d'un enregistrement international (n^{os} 17 386/90; 20 010/16). Ces marques sont mises à la disposition des fabricants de nationalité française qui sont membres de l'Union. Elles couvrent des produits fabriqués en France, à l'aide de matières premières françaises. Nous ignorons la manière dont le contrôle est fait à ce sujet. Si nous sommes bien informés, l'Union ne se livre pas à un examen portant sur la qualité des produits.

En outre, le «Syndicat des fabricants du véritable Camembert de Normandie», dont le siège est à Lisieux, a fait enregistrer en France et au registre international (n^o 53 355) une marque collective pour fromages. Nous ignorons s'il existe un contrôle portant sur les produits et sur l'emploi de la marque.

Nous ne parlons pas des autres marques collectives françaises, qui sont nombreuses, parce qu'il nous manque des indications suffisantes au sujet de leur emploi à titre de marques de qualité.

g) GRANDE-BRETAGNE. — Dans ce pays aussi, il existe des marques collectives importantes, par exemple la marque de la *British electrical and Allied Manufacturers Association*, qui garantit que les produits qu'elle couvre proviennent des membres de cette association. Nous ne possédons pas de renseignements au sujet du contrôle portant sur l'emploi de la marque.

h) ITALIE. — En vertu d'une loi du 23 juin 1927 ⁽¹⁾ l'«Institut national pour l'exportation» a été autorisé à adopter une marque nationale pour les fruits frais et secs, les légumes et les *agrumi* ⁽²⁾. L'emploi de cette marque, qui est constituée d'un cercle formé des mots «Italia» et «Marchio nazionale» reliés par des traits et par de petites étoiles, et des lettres INE (sigle de l'«*Istituto Nazionale per l'Esportazione*») figurant à l'intérieur du cercle, au milieu, et qui a fait l'objet d'un enregistrement international (n^o 55 385) ⁽³⁾, est réservé aux exportateurs inscrits auprès des organisations syndicales de l'agriculture et du commerce reconnues par la loi et autorisées par l'Institut national. La marque ne peut couvrir que des produits remplissant les conditions requises. Pour certains produits, il peut être exigé un contrôle spécial de chaque envoi. Le contrôle est fait par des inspecteurs du Gouvernement et toute contravention est punie de peines sévères, qui comprennent le retrait de l'autorisation d'emploi, par la commission présidée par le Directeur de l'Institut National, à laquelle il appartient d'accorder cette autorisation.

En vertu du décret royal n^o 2002, du 10 octobre 1929 ⁽⁴⁾, le Gouverneur de la Tripolitaine et de la Cyrénaïque a été autorisé à instituer par décret une marque coloniale d'exportation pour les fruits frais et secs, les *agrumi* et les légumes, et à la rendre obligatoire, s'il y a lieu. Ici aussi, l'examen préalable et le contrôle sont prévus, en ce qui concerne soit la nature, soit la qualité, soit l'emballage des produits. Les contraventions sont frappées des mêmes peines que celles prévues par la loi instituant la marque d'exportation. Nous n'avons pas connaissance que le Gouverneur ait déjà fait usage de la faculté qui lui a été ainsi accordée.

⁽¹⁾ Voir *Prop. ind.*, 1928, p. 57, 126. V. aussi décret-loi royal n^o 1756, du 12 août 1927, converti en loi n^o 1151, du 20 mai 1928, portant exécution de ladite loi (*ibid.*, 1928, p. 58); décret-loi royal n^o 2172, du 17 novembre 1927, approuvant le règlement d'exécution des deux lois susdites (*ibid.*, 1928, p. 126); décret-loi royal n^o 2221, du 4 octobre 1928, portant complément de ladite loi (*ibid.*, 1930, p. 224); loi n^o 167, du 24 juin 1929, relative à la réexpédition des produits munis de la marque nationale (*ibid.*, 1930, p. 233) et décrets ministériels des 1^{er}, 10 et 22 décembre 1928, concernant le contrôle préalable et les règles spéciales techniques relatifs à l'exportation des *agrumi* (*ibid.*, 1930, p. 233).

⁽²⁾ Par ce terme, qui n'a pas de correspondant en français, les Italiens désignent certains produits horticoles dont la saveur est aigre ou forte (les oignons, l'ail, les citrons, les cédrats, etc.).

⁽³⁾ L'enregistrement a été opéré pour «fruits frais et secs, *agrumi*, légumes et toute autre denrée alimentaire et produit destinés à l'exportation».

⁽⁴⁾ Voir *Prop. ind.*, 1930, p. 224.

⁽¹⁾ Voir *Prop. ind.*, 1907, p. 126.

⁽²⁾ Ces marques sont décrites *ibid.*, 1907, p. 127, notes 1, 2, 3.

⁽³⁾ *Ibid.*, 1929, p. 195.

En vertu de diverses dispositions législatives et réglementaires ⁽¹⁾, le riz national destiné à l'exportation a été soumis à des prescriptions minutieuses relatives aux types, aux dénominations et aux conditions d'application à ce produit de la marque nationale.

Enfin, la loi n° 1164, du 10 juillet 1930, et le règlement n° 1836, du 20 novembre 1930 ⁽²⁾, portent des dispositions détaillées pour la défense des vins typiques italiens. Ils prévoient pour chaque vin typique la constitution d'un consortium placé sous le contrôle des Ministres de l'Agriculture et des Forêts et des Corporations. Chaque consortium doit adopter une marque spéciale, à mettre à la disposition des membres soumis au contrôle et à utiliser en sus de la marque individuelle. Toute contravention est punie à teneur du Code pénal et de la loi sur les marques.

i) PAYS-BAS. — En vertu d'une loi du 17 juillet 1911 ⁽³⁾, il a été institué deux marques officielles de contrôle et de garantie pour fromages ⁽⁴⁾, qui ne peuvent être utilisées que par les membres des Unions de contrôle placées sous la surveillance de l'État, membres qui ne pourront pas se livrer à la fabrication et à la vente d'autres matières grasses (graisse, huiles, margarine). Ces dernières ne peuvent pas utiliser d'autres marques et elles garantissent au nom de leurs membres que les marques officielles employées par eux couvrent du fromage correspondant aux prescriptions du Gouvernement. Toute contravention peut être punie d'une amende et du retrait de l'autorisation d'employer la marque. Lesdites marques ont été déposées à l'enregistrement international (enregistrements n°s 68 387/10) par une personne morale portant le nom de «*Het Kas-*

merk», qui n'est que la réunion des unions de contrôle chargées de veiller à l'exécution des prescriptions relatives à ces signes officiels de garantie.

j) SUISSE. — La marque collective suisse la plus importante est la marque appartenant à la «*Zentralstelle für das schweizerische Ursprungszeichen*» (Bureau central pour la marque suisse d'origine), marque qui est composée d'une arbalète et dont l'enregistrement international a été opéré sous le n° 76 660. Ce Bureau central (qui a succédé au «*Verband für Inlandproduktion*» [Union pour la production nationale] au nom duquel l'enregistrement international a été d'abord opéré) est une association d'unions industrielles et d'individus, formée dans le but de mettre à la disposition de tous ses membres la marque de l'arbalète, qui garantit l'origine suisse des produits très nombreux et très différents qu'elle couvre. La marque ne peut être utilisée que par les industriels, les artisans et les agriculteurs travaillant en Suisse, pour des produits constitués dans la mesure minima du 50 % (suivant la valeur) de matériel de provenance nationale. Le Bureau central passe avec chaque usager un contrat indiquant les conditions auxquelles la marque peut être utilisée. En revanche, les prescriptions relatives à la qualité des produits ne sont pas rendues par le Bureau central. Il appartient aux unions qui le constituent d'organiser le contrôle de la qualité. Le Bureau central se réserve seulement la faculté de contrôler, lui aussi, que ces dispositions sont observées ⁽⁵⁾. Certaines unions imposent à leurs membres d'observer telles ou telles prescriptions relatives à la fabrication des produits, d'autres établissent quelles matières premières doivent être utilisées par eux, etc. Les membres des unions sont tenus d'observer ces dispositions, sous peine d'être dépossédés du droit d'utiliser la marque. A l'heure actuelle, le Bureau central groupe, en dehors d'un grand nombre d'industriels isolés, 28 unions professionnelles, se livrant à la fabrication et à la vente de produits très différents.

Rappelons, au nombre des autres marques collectives suisses, les suivantes : 1° Marque «*Spes*» (inscrite au registre international sous les n°s 19 865/70, en diverses variantes), appartenant au «*Syn-*

dicat pour l'exportation suisse» dont le siège est à Genève, et couvrant des produits de tous genres; 2° marque «*Lig*» (inscrite au registre international sous le n° 22 093), appartenant à l'Union industrielle genevoise et couvrant les produits manufacturés par ses membres; 3° marque figurative (croix rouge à l'intérieur d'une roue dentelée blanche) appartenant au Syndicat des négociants et fabricants de machines, à Plainpalais (Genève) et couvrant des machines, pièces de machines et pièces détachées et outillages en tous genres (enregistrement international n° 20 093); 4° marque verbale et figurative (une vache posée sur les armoiries du canton de Fribourg et entourée de la mention «*Gruyère authentique*») appartenant à l'État de Fribourg et couvrant les fromages et autres produits laitiers provenant de la Gruyère (enregistrement international n° 61 734); 5° marque verbale et figurative (une croix de fantaisie contenant le signe F.H.) appartenant à la Fédération suisse des associations de fabricants d'horlogerie, à Bienne, et couvrant des montres et mouvements de montres (enregistrement international n° 39 801).

Ajoutons à la liste ci-dessus, qui est très loin d'être limitative, que nous connaissons encore, au nombre très grand des marques collectives existantes, au sujet desquelles nous ne possédons pas de renseignements précis, les suivantes: *Bosnie*, pour prunes; *Grèce*, pour raisins de Corinthe; *Suède*, pour beurre et porc; *État de Victoria*, pour beurre.

III. LES LÉGISLATIONS MODERNES

a) Observations générales

Nous ne connaissons qu'une seule loi moderne qui exclut expressément de la protection les marques collectives garantissant la qualité, la valeur ou l'origine des produits, à moins qu'elles ne soient déposées par des autorités exerçant elles-mêmes le contrôle sur leur emploi: c'est la loi d'Iraq concernant la protection des marques, datée du 9 avril 1931 (v. *Prop. ind.*, 1931, p. 156).

En revanche, maintes lois ne contiennent aucune disposition en la matière. Il en est ainsi, pour nous borner aux pays unionistes, dans les pays suivants: Cuba, Dantzig, Dominique, Estonie, Grèce, Luxembourg, Mexique, Roumanie, Tchécoslovaquie, Tunisie, Turquie. Nous ne saurions cependant pas affirmer que cette lacune implique nécessairement le refus de protection des marques collec-

(1) Décret-loi n° 486, du 8 janvier 1928, décret royal n° 2232, du 20 septembre 1928, décrets ministériels des 31 mai, 2 juillet et 23 octobre 1928 et 14 septembre 1929 (v. *Prop. ind.*, 1930, p. 232).

(2) Nous n'avons pas encore publié ces textes.

(3) Nous n'avons pas publié cette loi. Les marques néerlandaises agricoles pour fromages figurent cependant dans *Prop. ind.*, 1930, p. 123, parce qu'elles ont fait l'objet d'une notification du Gouvernement néerlandais, à teneur de l'article 6ter de la Convention.

(4) Chacune a deux formes différentes. Il s'agit donc, en fait, de quatre marques, dont trois sont rondes et l'une est hexagonale. Toutes portent la mention «*Nederlandsche Kaascontrole. Onder Rijks Toezicht*» (Contrôle néerlandais du fromage. Sous surveillance du Gouvernement). Deux d'entre les marques rondes sont destinées au fromage gras. Elles portent les armoiries des Pays-Bas (entourées, dans l'une, de divers dessins) et la mention «*Volvet 45%*», qui garantit le contenu de graisse; la troisième marque ronde et la marque hexagonale sont destinées au fromage mi-gras. Elles portent le chiffre 40/30 ou 20, accompagné du signe + (suivant le pourcentage minimum de matière grasse garanti dans la matière sèche du fromage), avec ou sans dessins d'ornement.

(5) D'après les informations de journaux publiées pendant l'impression de notre article, il paraît que, conformément aux décisions prises lors de la dernière assemblée de la *Zentralstelle*, il sera introduit un contrôle direct.

tives. Il est possible que ces pays les admettent à l'enregistrement au même titre que les marques individuelles, à condition d'interpréter d'une manière large la définition usuelle de la marque individuelle, car la marque collective ne peut pas être considérée comme un signe distinguant les produits du propriétaire enregistré des produits d'autrui. En effet, loin d'être destinée à couvrir les produits de la collectivité à laquelle elle appartient, elle est mise à la disposition d'autres personnes qui n'en sont pas les propriétaires, mais qui tiennent de la collectivité qui l'a fait enregistrer le droit de l'utiliser pour les produits qu'elles fabriquent ou qu'elles vendent. Dès lors, toute autorité qui demeure strictement fidèle à la définition de la marque individuelle ci-dessus mentionnée est nécessairement amenée à refuser la protection des marques collectives, si la loi garde le silence à leur sujet. Ainsi, par exemple, l'Administration autrichienne refusait, avant que ce pays ne se fût donné la loi spéciale de 1930, de protéger les marques collectives ayant fait l'objet d'un enregistrement international, car elle partait du point de vue que ni l'Arrangement de Madrid, ni la Convention d'Union ne pouvaient lui imposer d'accepter des marques n'ayant pas, à teneur de la loi autrichienne, un caractère distinctif.

En ce qui concerne les pays dont la loi reconnaît, en principe, la marque collective, sans contenir des dispositions spéciales à son sujet⁽¹⁾, il y a lieu de faire ressortir que l'Administration et les tribunaux sont contraints d'admettre d'emblée que les prescriptions relatives aux marques individuelles qui seraient contraires à l'essence même des marques collectives ne sont pas applicables à celles-ci. Ainsi, ils ne peuvent pas refuser l'enregistrement à une marque collective, dont la protection est assurée en vertu du principe contenu dans la loi, par le motif qu'elle ne sert pas à distinguer les produits du déposant, que la collectivité déposante ne possède pas d'établissement industriel ou commercial, que la marque contient le nom d'un lieu, d'une région ou d'un pays (elle en contient fatalement, le plus souvent, puisque l'une de ses fonctions essentielles est d'indiquer la provenance des produits) ou que les classes de produits auxquelles elle est destinée ne sont pas énumérées lors du dépôt (elles ne sauraient l'être, puisque la marque collec-

tive doit servir d'indication de provenance de n'importe quelle espèce de produits). Ils ne peuvent pas davantage exiger que le propriétaire enregistré utilise la marque collective; ils sont contraints de se contenter de l'utilisation par les membres de la collectivité déposante auxquels celle-ci accorde le droit de se servir de la marque.

b) *Les lois des pays unionistes* ⁽¹⁾

Nous avons fait, à la veille de la Conférence de La Haye, la revue de la législation unioniste, dans une étude intitulée «Les marques collectives et la prochaine révision de la Convention générale d'Union» ⁽²⁾. Nous ne nous répéterons pas ici. Bornons-nous à consigner ci-après les modifications et les adjonctions qu'il y a lieu d'apporter aux indications contenues dans ladite étude.

AUSTRALIE. — La loi de 1905/1922 ⁽³⁾ contient, dans la section 22, une réglementation des marques collectives calquée sur la loi britannique. Le droit à l'enregistrement y est reconnu en faveur non pas seulement des associations professionnelles, mais aussi d'autres personnes morales, même de droit public (autorités fédérales ou d'un État particulier). La protection n'est accordée que si l'autorité compétente la juge opportune, dans l'intérêt public. En outre, les sections 78 à 85 de la même loi traitent spécialement de la *marque de la Fédération*, applicable à toutes les marchandises visées par une résolution adoptée par les deux Chambres, dans les cas où les conditions de rémunération du travail, en ce qui touche la fabrication, leur paraissent justes et raisonnables. C'est donc là une mesure de politique sociale. Il est douteux que l'Australie protège également les marques collectives unionistes d'un caractère analogue, appartenant à un État ou à une personne morale de droit public, car l'article 22 de la loi ne parle que de la Fédération australienne et des États qui la composent.

AUTRICHE. — La loi n° 109, du 4 avril 1930 concernant la protection des marques collectives ⁽¹⁾ règle cette matière en reproduisant presque mot à mot la loi allemande du 31 mars 1913 ⁽²⁾.

⁽¹⁾ Nous bornons notre examen aux pays de l'Union, car une étude portant sur la législation mondiale nous entraînerait trop loin.

⁽²⁾ Voir *Prop. ind.*, 1925, p. 119, 139, 192.

⁽³⁾ *Ibid.*, 1931, p. 128.

⁽⁴⁾ *Ibid.*, 1930, p. 122. Voir aussi ordonnance n° 116, du 9 avril 1930 (*ibid.*, 1930, p. 123) et circulaire du 23 avril 1930 (*ibid.*, 1930, p. 132).

⁽⁵⁾ *Ibid.*, 1913, p. 67.

BULGARIE. — L'article 3 de la loi des 14/27 janvier 1904 ⁽¹⁾ dit que les marques peuvent être individuelles ou collectives. La protection y est donc accordée à ces dernières, tout au moins en principe.

CANADA. — La loi de 1921 (article 50) ⁽²⁾ reconnaît les marques collectives appartenant à des associations, dans les termes figurant dans l'article 7^{bis} de la Convention d'Union, donc sans parler des marques déposées par des collectivités de droit public (État, villes, etc.). En outre, l'article 12 de la loi du 7 avril 1932 ⁽³⁾ dit qu'«une marque de commerce dont l'usage a pour effet d'indiquer seulement que les produits sur lesquels elle est employée sont d'un type défini, ou ont été fabriqués dans des conditions définies de travail, par une catégorie définie de personnes ou dans une zone définie, peut être adoptée, pour qu'elle s'en serve, seulement par une personne qui n'est pas engagée dans la fabrication, la vente, la location ou le louage de ces produits comme étant ceux pour lesquels la marque est utilisée». (C'est donc là la marque de qualité ou d'origine.) Le propriétaire enregistré a le droit de permettre l'emploi de la marque par les personnes et pour les produits qu'il désignerait et de l'interdire à toute autre personne et pour tous autres produits. Si le propriétaire «est un corps non constitué en corporation», toute action ou procédure destinée à empêcher l'usage de la marque par une personne non autorisée ou pour des produits auxquels l'autorisation ne s'étend pas peut «être instituée par tout membre de ce corps, pour lui-même et pour tous les autres membres de ce corps».

CUBA. — Ce pays s'est donné, nous l'avons vu, des prescriptions concernant l'apposition d'un timbre spécial ou d'une bande de garantie sur les produits de l'industrie nationale du tabac. Ce n'est là qu'un cas spécial, qui n'intéresse ni les marques collectives des autres pays, ni les autres industries cubaines. Il est donc exact, à un point de vue général, de compter Cuba au nombre des pays qui ne possèdent pas de dispositions relatives aux marques collectives.

⁽¹⁾ *Ibid.*, 1904, p. 75. C'est par erreur que la Bulgarie est rangée, dans l'étude précitée, au nombre des États qui ne connaissent pas les marques collectives.

⁽²⁾ Loi concernant les marques de commerce et les dessins de fabrique. S. R. chap. 63, art. 1^{er}, édition de 1921 (v. *Prop. ind.*, 1924, p. 170).

⁽³⁾ Loi concernant la concurrence déloyale et portant des dispositions relatives aux marques de commerce (*ibid.*, 1932, p. 137).

⁽¹⁾ Par exemple, la loi des pays suivants : Belgique, Brésil, Bulgarie, Canada, Grande-Bretagne, Italie, Portugal.

ESPAGNE. — L'*Estatuto sobre propiedad industrial* ⁽¹⁾ contient, dans les articles 136 à 143, des dispositions détaillées concernant les marques collectives. Celles-ci peuvent être déposées «pour distinguer les produits de leurs membres» non seulement par des associations, mais aussi par des administrations municipales et provinciales et par des «entités constituées pour sauvegarder les intérêts collectifs d'une branche de l'industrie ou la dénomination régionale d'un produit». Ces dernières seront vérifiées par l'Administration et soumises à un règlement à approuver par elle.

En dehors de cette disposition spéciale, concernant les entités ci-dessus, il n'est pas facile de comprendre les motifs pour lesquels les trois catégories de collectivités susmentionnées sont traitées séparément. «Si la marque consiste en la dénomination géographique du lieu, son usage sera étendu à tous les producteurs et commerçants qui y sont domiciliés, avec l'exclusivité et la garantie dont jouit l'entité concessionnaire». Les autres dispositions correspondent à celles des lois récentes des autres pays. Ainsi, il est prescrit que les statuts de l'association doivent être produits, lors du dépôt de la marque, avec copie de l'acte social en vertu duquel celle-ci a été adoptée; que les statuts doivent indiquer qui est autorisé à utiliser la marque et sous quelles conditions, que toute modification apportée aux statuts doit être notifiée à l'Administration et que la cession des marques collectives n'est pas permise.

Sur deux points, toutefois, la loi espagnole s'écarte des lois des autres pays. D'abord celles-ci disent, en général, que la collectivité seule est qualifiée pour ester en justice contre les atteintes portées à leur marque collective. Celle-là prescrit que le coupable est tenu «de verser aux membres de la collectivité une réparation, à titre d'indemnité». Ensuite, la loi espagnole ne dit pas que la radiation de la marque collective peut être la conséquence de l'emploi abusif que la collectivité déposante aurait toléré.

ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE. — Le *Trade-Marks Act* de 1905 ⁽²⁾ admet (sections 2 et 29) le dépôt de marques par des corporations et par des associations. Il résulte de la pratique administrative (enregistrement des marques collectives

françaises *Unis* et *Unis-France*, voir ci-dessus, p. 34), qu'il est accepté à l'enregistrement non pas seulement les marques qui servent à distinguer les produits fabriqués ou vendus par une collectivité, mais aussi les vraies marques collectives, c'est-à-dire celles qui garantissent l'origine ou la qualité de produits provenant des membres de la collectivité, et non pas de celle-ci elle-même (voir Stephen P. Ladas, *International protection of industrial property*, p. 601). Les marques ouvrières (*labels*) dont il est question dans notre étude de 1925 (*Prop. ind.*, 1925, p. 123), marques adoptées par des *trade-unions* dans le but de protéger les produits fabriqués ou vendus par leurs membres (institution de politique sociale, comparable à celle de la marque de la fédération australienne) se sont vu refuser la protection par certains tribunaux américains. Si d'autres l'ont accordée, ce fut non pas à titre de marques, mais à teneur des principes contre la répression de la concurrence déloyale. Ces *labels* ne pouvaient pas être enregistrés à teneur de l'ancienne loi sur les marques de 1870, car ils ne rentraient pas dans la définition donnée par celle-ci, qui n'admettait le dépôt que par des personnes physiques ou par des corporations. La loi de 1905, en revanche, l'admet aussi par des associations. Dès lors, les marques des «*trade-unions*» devraient pouvoir être protégées, nous semble-t-il. Il est douteux que les marques collectives appartenant à des entités de droit public (État, villes, etc.) jouissent, elles aussi, de la protection aux États-Unis (v. Ladas, *op. cit.*).

FINLANDE. — La loi du 3 juin 1921 ⁽¹⁾ permet aux associations constituées dans le pays pour la défense des intérêts des commerçants de faire enregistrer des marques collectives, dans l'intérêt de leurs membres (§ 1^{er}). Observons que la limitation aux associations nationales ne peut pas être appliquée par rapport aux ressortissants de l'Union, puisqu'ils sont assimilés aux nationaux en vertu de la Convention et que le fait que la loi ne parle que des associations constituées pour la défense des intérêts des commerçants ne présente aucun danger, car la plupart des collectivités qui éprouvent le besoin de faire enregistrer des marques collectives rentrent dans cette définition.

Observons, en revanche, que la loi ne permet pas de présager que l'État, des villes, etc. puissent, eux aussi, déposer

des marques collectives. La loi dispose en outre, à l'instar de la plupart des autres pays, que les statuts de l'association doivent être déposés, qu'ils doivent contenir les dispositions essentielles relatives à l'organisation de celle-ci et les conditions sous lesquelles ses membres ont le droit d'employer la marque et que toute modification doit être notifiée à l'Administration (§ 3, al. 2); que la cession des marques collectives est interdite (§ 5, al. 3) et que la radiation peut être demandée si l'association permet à ses membres, en dépit d'un avertissement reçu de l'Administration, «d'employer la marque dans d'autres conditions que celles qui ont été déclarées» (§ 7).

FRANCE. — En vertu d'une loi du 12 mars 1920 ⁽¹⁾, les syndicats professionnels sont autorisés à déposer leurs marques dans les conditions prévues par la loi de 1857 ⁽²⁾. En revanche, la loi ne permet pas de présumer que le même droit soit reconnu aussi à des entités de droit public (État, communes, etc.). Il est vrai qu'une loi spéciale du 26 novembre 1873 ⁽³⁾ permet à tout propriétaire d'une marque de faire apposer par l'État, s'il en manifeste le désir par écrit, «soit sur les étiquettes, bandes ou enveloppes en papier, soit sur les étiquettes ou estampilles en métal sur lesquelles figure sa marque, un timbre ou un poinçon spécial destiné à affirmer l'authenticité de cette marque», mais cette disposition ne saurait être assimilée à la reconnaissance de marques collectives déposées par l'État.

Un projet de loi réglant la question des marques appartenant à des collectivités de droit privé ou de droit public a déjà été adopté par la Chambre. Il va devenir prochainement loi de l'État (v. rapport de M. Fernand-Jacq dans *Prop. ind.*, 1931, p. 140). Ce projet correspond aux lois modernes qui traitent ce problème en détail (Allemagne, Autriche, etc.).

GRANDE-BRETAGNE. — Le droit britannique s'écarte du droit continental, en ce qui concerne les marques collectives, sur deux points :

1. D'abord, il ne reconnaît que les marques collectives (appartenant à des associations professionnelles, à des corporations ou à l'État, à une ville, etc.) dont l'emploi par les membres de la collectivité déposante est soumis à un con-

⁽¹⁾ Décret-loi royal n° 1789, du 26 juillet 1929, révisé par l'ordonnance n° 197, du 30 avril 1930 et par le décret du 22 mai 1931 (v. *Prop. ind.*, 1929, p. 218; 1930, p. 147 et 1932, p. 220).

⁽²⁾ Loi du 20 février 1905 (v. *Prop. ind.*, 1905, p. 53).

⁽³⁾ Voir *Prop. ind.*, 1922, p. 18.

⁽¹⁾ Voir *Prop. ind.*, 1921, p. 106.

⁽²⁾ *Ibid.*, 1890, p. 66.

⁽³⁾ *Ibid.*, p. 89.

trôle exercé par celle-ci. Ce contrôle peut s'étendre au lieu d'origine, aux matières utilisées, au mode de fabrication, à la qualité, à la précision, ou à toute autre propriété caractéristique du produit, et la marque doit être la preuve du contrôle. Ainsi, aucune marque collective destinée à garantir la provenance ou les qualités du produit ne peut être enregistrée s'il n'est pas exercé à son sujet un contrôle effectif. En revanche, les lois des pays continentaux se bornent, en général, à prévoir la radiation de la marque collective au cas où elle serait utilisée abusivement (savoir, notamment, lorsqu'elle est apposée sur des produits qui ne proviennent pas du pays ou du lieu indiqué ou qu'elle attribue au produit des qualités qu'il ne possède pas) et où la collectivité déposante tolérerait l'abus.

Admettons que les statuts d'une association britannique accordent à des tiers, ainsi qu'à l'association elle-même, le droit de demander la radiation d'une marque employée abusivement. Le droit ainsi reconnu sera-t-il considéré comme un contrôle suffisant au sens de la loi anglaise ? Nous supposons que les autorités britanniques répondent par la négative. Elles n'acceptent probablement que les marques (telles que celle que nous avons citée ci-dessus [p. 34] à titre d'exemple) dont l'emploi est soumis à un contrôle positif et effectif de l'Association elle-même, qui ne se contentera pas d'attendre, pour retirer le droit d'emploi, que des tiers lui signalent un abus. Ainsi, les marques collectives françaises « Unis » et « Unis-France » ont été inscrites au registre britannique — en dépit de l'opposition formée par des intéressés anglais — par le motif qu'il a été prouvé que le syndicat qui les possède contrôle que ces marques soient exclusivement apposées sur des produits de provenance française.

2. Ensuite, la loi britannique exige que la protection d'une marque collective réponde à l'intérêt public. Cette formule donne aux autorités compétentes un pouvoir discrétionnaire en ce qui concerne le refus de marques collectives, car il doit être en général assez difficile pour l'association déposante de prouver qu'elle sert l'intérêt public. En effet, il s'agit le plus souvent des intérêts privés des membres de la collectivité, qui se proposent de faciliter l'écoulement de leurs produits grâce au fait que la marque en garantit l'origine ou les qualités. La situation serait tout autre si les autorités britanniques avaient seulement le droit de rejeter les marques collectives au cas où il serait prouvé qu'elles sont contraires à l'intérêt public, ou — mieux encore — à l'ordre public. Ce droit pourrait leur être reconnu sans qu'il fût porté une atteinte sérieuse aux intérêts privés.

En revanche, le fait d'exiger que l'intérêt public soit prouvé dans chaque cas particulier par le déposant revient à permettre à l'autorité compétente de rejeter la plupart des marques collectives, puisque leurs propriétaires peuvent prouver l'intérêt privé des membres de la collectivité, mais non pas — en général — l'intérêt public. Il est certain que la protection assurée par la Convention aux marques collectives est considérablement diminuée en Grande-Bretagne par une disposition qui n'existe pas dans les lois des autres pays et dont la nécessité n'est pas apparente, attendu que le contrôle obligatoire (voir ci-dessus, chiffre 1) suffit pour s'assurer que l'intérêt public ne soit pas lésé par des abus dans l'emploi des marques collectives.

HONGRIE. — La loi de 1921⁽¹⁾ règle la question des marques collectives comme en Allemagne, en Autriche, etc.

IRLANDE. — La loi du 20 mai 1927⁽²⁾ est calquée, en la matière, sur la loi britannique.

ITALIE. — La loi ne contient aucune disposition en matière de marques collectives. Toutefois, celles-ci ne semblent pas être exclues de l'enregistrement puisque, dès 1924, un décret daté du 7 mars concernant les vins typiques⁽³⁾ permettait à tout consortium de producteurs ou de vendeurs de vins typiques d'utiliser une marque propre à distinguer les produits des membres du consortium et de la faire enregistrer, au même titre qu'une marque individuelle. Donc, le fait qu'une marque est destinée, non pas à distinguer les produits de son propriétaire, mais ceux des membres d'un consortium, *uti singuli*, n'est pas interprété, en Italie, de manière à empêcher qu'une marque collective soit considérée comme une marque, dans le sens communément attribué à ce terme. En d'autres mots, l'Italie reconnaît, en principe, les marques collectives.

En outre, ce pays possède une marque nationale, nous l'avons dit déjà (voir ci-dessus, p. 34).

Enfin, la codification de la législation sur la propriété industrielle, qui est à l'étude, contiendra sans doute des dispositions détaillées en matière de marques collectives, puisque le projet portant sur les marques (v. *Prop. ind.*, 1918, p. 133) les contenait déjà, dans un sens correspondant à peu près aux prescriptions des autres lois modernes.

PRINCIPAUTÉ DE LIECHTENSTEIN. — Ce pays s'est donné, le 26 octobre 1928, une loi sur les marques qui est

calquée, quant au fond, sur la législation suisse⁽⁴⁾. Il protège donc les marques collectives par les mêmes dispositions que la Suisse.

PAYS-BAS. — La loi ne contient aucune disposition concernant les marques collectives. Il est douteux que celles-ci soient reconnues en principe, parce que l'article 3 de la loi de 1893⁽⁵⁾ attribue à la marque la fonction de « distinguer les produits de l'industrie ou du commerce d'une personne des produits d'autrui » et que cette définition ne saurait s'appliquer aux marques collectives, si elle est interprétée strictement, c'est-à-dire s'il est exigé que la personne qui fait enregistrer la marque soit la même que celle qui l'utilise pour ses produits.

Les Pays-Bas possèdent, il est vrai, deux marques nationales pour le fromage (v. ci-dessus, p. 35) mises à la disposition des producteurs contrôlés, mais cette institution repose sur une loi spéciale; elle ne prouve nullement que les marques collectives, et notamment les marques collectives étrangères, soient admises au dépôt. Une présomption en faveur de leur admission peut cependant être trouvée dans le fait que l'Administration néerlandaise n'a pas refusé la protection aux Pays-Bas de maintes marques collectives ayant fait l'objet d'un enregistrement international.

POLOGNE. — La loi du 22 mars 1928⁽⁶⁾ contient (articles 218 à 223) une réglementation complète des marques collectives qui correspond à celle des autres lois modernes.

SUEDE. — Les lois des 15 mars 1918 (art. 1^{er}, 3, 6, 8, 10, 12)⁽⁷⁾ et 25 février 1921 (art. 3)⁽⁸⁾ contiennent des prescriptions détaillées qui règlent la question des marques collectives de la même manière que les autres pays ayant légiféré récemment en la matière. Toutefois, il n'y est question que des associations professionnelles, et non pas aussi des entités de droit public (État, communes, etc.).

SUISSE. — La loi du 21 décembre 1928⁽⁹⁾ a apporté à la loi du 26 septembre 1890, concernant la protection des marques, des indications de provenance et des mentions de récompenses industrielles (art. 7^{bis}, 9, 27 et 36) des modifications en vertu desquelles la question des marques collectives est réglée en détail, d'une manière conforme à celle prévue par les autres lois modernes en la matière.

⁽¹⁾ Voir *Prop. ind.*, 1929, p. 227.

⁽²⁾ *Ibid.*, 1905, p. 38.

⁽³⁾ Ordonnance concernant la protection des inventions, des modèles et des marques (v. *Prop. ind.*, 1928, p. 264).

⁽⁴⁾ Loi portant modification de certaines parties de la loi du 5 juillet 1884 sur la protection des marques (v. *Prop. ind.*, 1918, p. 77).

⁽⁵⁾ Loi portant modification des articles 3 et 9 de la loi du 5 juillet 1884 sur les marques (*Ibid.*, 1922, p. 7).

⁽⁶⁾ *Ibid.*, 1929, p. 98.

⁽⁷⁾ Loi modifiant et complétant les lois sur la protection des marques, XXII^e article législatif de 1921 (v. *Prop. ind.*, 1922, p. 50).

⁽⁸⁾ *Ibid.*, 1927, p. 214.

⁽⁹⁾ *Ibid.*, 1925, p. 68. Ce décret a été remplacé par les dispositions analogues ci-dessus mentionnées (v. p. 34).

TURQUIE. — Le règlement relatif aux marques de fabrique ou de commerce, du 11 mai 1888⁽¹⁾ ne contient aucune disposition spéciale en matière de marques collectives. Nous ne pouvons pas nous prononcer au sujet de la question de savoir si la définition de la marque que la loi donne exclut ou non les marques collectives par le motif qu'elles ne sont pas destinées à distinguer les produits du déposant, parce que la pratique turque ne nous est pas connue.

YUGOSLAVIE. — En vertu de la loi du 27 avril 1928⁽²⁾, il a été introduit dans la loi du 17 février 1922 sur la protection de la propriété industrielle un chapitre consacré aux marques collectives (§§ 65 a à 65 d) qui contient des prescriptions analogues à celles des lois modernes d'autres pays.

Ainsi, si nous comparons l'état actuel de la législation des pays de l'Union avec le résumé que nous avons publié en 1925 (p. 126), nous constatons qu'il a été fait un grand progrès et que par rapport à aucun titre de propriété industrielle le texte des lois n'est aussi généralement uniforme que dans le domaine des marques collectives.

Au moment où nous écrivons, les pays unionistes peuvent être rangés dans les trois catégories suivantes :

I. Pays dont la loi ne contient aucune disposition en matière de marques collectives

Cuba, Ville libre de Dantzig, République Dominicaine, Estonie, Grèce, Lettonie, Luxembourg, Mexique, Nouvelle-Zélande, Roumanie, Tchécoslovaquie, Tunisie, Turquie. (Nous ignorons si les marques collectives sont quand même protégées, dans ces treize pays, au même titre que les marques individuelles.)

II. Pays où la marque collective est admise, en principe, sans que la loi contienne des dispositions réglant leur protection

Belgique, Brésil, Bulgarie, Canada, États de Syrie et du Liban, États-Unis, France, Italie, Maroc (Zone française), Pays-Bas, Portugal.

III. Pays ayant réglé en détail la question des marques collectives

A. Pays accordant une protection sans conditions : Allemagne, Autriche, Danemark, Espagne, Finlande, Hongrie, Japon, Principauté de Liechtenstein, Norvège, Pologne, Suède (il n'est pas certain que les marques appartenant à des entités de droit public y soient protégées, elles aussi), Suisse, Yougoslavie.

B. Pays leur accordant une protection subordonnée à l'intérêt public et au contrôle : Australie, Grande-Bretagne, État libre d'Irlande.

Jurisprudence

FRANCE

APPELLATIONS D'ORIGINE. 1° ACTION EN RECONNAISSANCE DU DROIT À L'APPELLATION. DROIT D'INTERVENTION. CONDITIONS. 2° VINS. VINS « SAINT-PÉRAY ». LIEU GÉOGRAPHIQUE. EXTENSION. USAGES LOCAUX, LOYAUX ET CONSTANTS. QUALITÉS SUBSTANTIELLES INDIFFÉRENTES. CÉPAGES. 3° VINS. CHAMPAGNISATION. MÉTHODE. PÉRIMÈTRE. SIMPLE MODE D'UTILISATION DU VIN. PUBLICITÉ (LOI DU 6 MAI 1919). OMISSION. RECEVABILITÉ.

(Tournon, Tribunal civil, 3 mars 1933. — Syndicat viticole des Grands vins blancs de Saint-Péray c. Boucharin et autres.)⁽¹⁾

Résumé

1. Peuvent intervenir dans l'instance relative à une appellation d'origine tous ceux qui, remplissant les conditions légales, ont un intérêt direct et actuel.

2. Pour les vins, le droit à l'appellation d'origine est basé sur trois éléments légaux : 1° le lieu d'origine; 2° la nature des cépages; 3° l'aire de production, tels qu'ils sont consacrés par des usages locaux, loyaux et constants.

Il ne suffit pas que les vins obtenus hors du lieu d'origine, sur des terrains géologiquement semblables et avec un cépage identique, présentent les qualités substantielles du vin de cru pour avoir droit à l'appellation : il appartient, en plus, aux propriétaires qui réclament le bénéfice de l'appellation, de faire la preuve des usages qui auraient légitimé l'extension du nom au delà des limites du lieu d'origine.

La preuve des usages peut être faite par des étiquettes, des prix-courants, des diplômes obtenus à une exposition et des déclarations de récoltes anciennes.

Mais cette preuve ne peut pas résulter de déclarations de négociants qui auraient acheté depuis longtemps des vendanges aux propriétaires de communes limitrophes pour être vendues sous le nom de Saint-Péray mousseux. Ces pratiques, trop peu généralisées, sont d'autant plus insuffisantes pour créer le droit à l'appellation, qu'elles ne s'appliquent pas à un emploi ostensible de cette appellation. Les déclarations de récoltes trop récentes ne peuvent être prises non plus en considération.

Seuls, ont droit à l'appellation Saint-Péray les vins blancs issus de cépage Roussette. On ne peut y adjoindre des vins « forcés » (blancs de cépages rouges), même pour les vins mousseux, en l'absence d'usage loyal et constant.

3. Le législateur a écarté des éléments constitutifs du droit à l'appellation : le mode de culture des vignes, le titrage en alcool, le mode et le lieu de vinification. La champagnisation d'un vin de

cru n'est qu'un mode d'utilisation ou d'emploi de ce vin.

Le législateur n'a envisagé les diverses méthodes de champagnisation qu'au point de vue de l'étiquette et n'a pris de dispositions particulières que pour le champagne.

Les questions de méthode et de périmètre de champagnisation ne pourraient se poser que si l'on considérait les vins mousseux comme des produits fabriqués ayant droit à une appellation d'origine différente de celle des vins de cru.

Quand ces questions n'ont pas fait l'objet de la publicité prévue par la loi du 6 mai 1919, elles sont, à ce titre, irrecevables.

ITALIE

I

CONCURRENCE DÉLOYALE. PRODUIT NON BREVETÉ. IMITATION DES ÉLÉMENTS ESSENTIELS. FAIT LICITE. IMITATION SERVILE DE LA FORME ET DES ÉLÉMENTS ACCIDENTELS. FAIT ILLICITE. (Rome, Cour de cassation, 17 avril 1933. — Galimberti c. Junker & Ruh.)⁽¹⁾

Résumé

L'imitation servile de la forme et des éléments accidentels et extérieurs du produit du concurrent est illicite parce qu'elle est de nature à supprimer toute distinction entre les produits et à créer une confusion quant à la provenance de ceux-ci, ce qui est contraire aux devoirs de l'honnêteté commerciale et aux principes qui doivent régir le monde des affaires.

La reproduction des éléments essentiels d'un produit non breveté, c'est-à-dire de ce qui touche à l'essence et à la fonction de celui-ci, est licite. Toutefois, le concurrent a le devoir de donner à son produit une forme caractéristique, différente de celle du produit du tiers. Il doit donc s'abstenir d'en imiter servilement les éléments accidentels et extérieurs, eux aussi.

II

MARQUES VERBALES. MOT COMPOSÉ. RACINE REPRODUISANT LE NOM CONSTITUANT LA MARQUE D'AUTRUI. CONTREFAÇON ? OUI.

(Milan, Cour d'appel, 31 décembre 1932. — Zani c. Caldana Santambrogio.)⁽²⁾

Résumé

Le droit à la marque a le caractère d'un droit réel, d'un droit de propriété. Dès lors, la reproduction, même à titre de partie principale d'un mot composé (« Franco » — « Francoforte ») porte atteinte au droit exclusif du titulaire et doit être interdite. Lorsqu'il s'agit de juger si l'emploi d'une dénomination constitue la violation du droit portant

⁽¹⁾ Voir *Prop. ind.*, 1928, p. 195.

⁽²⁾ *Ibid.*, p. 191.

⁽¹⁾ Voir *Gazette du Palais*, numéro du 5 septembre 1933.

⁽¹⁾ Voir *Rivista della proprietà intellettuale ed industriale*, n° 46-47, de juillet-août 1933, p. 202.

⁽²⁾ *Ibid.*, p. 225.

sur une marque, il y a lieu d'examiner les éléments constitutifs des mots en cause en eux-mêmes et par eux-mêmes, d'une manière objective et non pas en relation avec la classe sociale des producteurs et la masse des consommateurs.

La question de savoir s'il existe entre les produits un danger de confusion entre en ligne de compte en matière de concurrence déloyale. Elle ne saurait être mise en cause en matière de contrefaçon de marques.

Nouvelles diverses

FRANCE

MARQUE DE CHAMPAGNE⁽¹⁾

Le Tribunal arbitral mixte franco-allemand a rendu, après un long délibéré et à la suite de débats qui avaient occupé deux audiences, un important jugement en matière de marques. Ce jugement fait droit aux demandes de la Société vinicole de Champagne contre les consorts Mumm, anciens associés de la Société G.-H. Mumm, de Reims.

Séquestrés pendant la guerre, les biens et marques de la Société G.-H. Mumm avaient fait l'objet d'une adjudication, prononcée par le Tribunal civil de Reims en 1920 au profit de la Société vinicole de Champagne.

Deux jugements du Tribunal arbitral mixte franco-allemand, rendus en 1921 et 1923, avaient prescrit aux consorts Mumm d'éviter, dans l'emploi de leur nom patronymique, toute confusion avec leurs anciennes marques devenues la propriété de la Société vinicole de Champagne. Néanmoins, les défendeurs avaient reconstitué, à l'étranger d'abord, et récemment à Epernay, des sociétés avec raison sociale où figurait le mot «Mumm».

Le jugement qui vient d'être rendu, considérant que le nom patronymique des consorts Mumm est en réalité Mumm von Schwarzenstein, oblige les défendeurs à faire figurer désormais *ce nom complet* dans toutes leurs marques.

En outre, il leur ordonne «de s'abstenir entièrement de l'usage du vocable Mumm dans les marques de fabrique et de commerce qui portent le nom d'une région, d'une ville ou d'une autre localité française».

Tous dépôts de marques contraires aux prescriptions ci-dessus devront être retirés dans un délai de 8 jours.

Enfin, il est interdit aux défendeurs d'employer un coin rouge et d'indiquer sur leurs étiquettes, en quelque langue que ce soit, que les vins vendus par eux sont préparés avec des vins provenant de la Champagne.

Le jugement prescrit, d'autre part, à la Société vinicole de Champagne d'ajouter aux anciennes marques Mumm, G.-H. Mumm ou Mumm Reims, dont elle est propriétaire, la mention «Société vinicole de Champagne successeur».

Bibliographie

OUVRAGE NOUVEAU

TRATTATO DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE, par M. Luigi di Franco, avocat, professeur de droit industriel à l'Université de Naples. 591 pages, 25×17 cm. A Milan, à la Società editrice libraria, via Ausonio 22, 1933. Prix: broché, 50 lire.

On est heureux de constater qu'au cours de ces dernières années, la littérature scientifique italienne se vone de plus en plus à la propriété industrielle et à la propriété littéraire et artistique.

M. Luigi di Franco, professeur de droit industriel à l'université de Naples, vient d'enrichir la moisson par un fort volume où il fait un exposé excellent du droit italien en matière de propriété industrielle, qui sera utile aux étudiants, ainsi qu'aux ingénieurs-conseils et à toutes les personnes qui s'intéressent à la pratique dans ce domaine.

Dans l'introduction, l'auteur discute notamment les théories relatives à l'essence des droits industriels. Il soutient que les droits patrimoniaux de l'auteur d'une œuvre artistique ou littéraire ou de l'inventeur sont basés sur un droit de propriété, c'est-à-dire qu'il accepte la théorie du droit sur les biens immatériels. En revanche, il considère qu'un droit personnel est lié au nom commercial, à la marque et aux autres signes distinctifs. Bien que nous admettions que notamment certains effets du traitement international des marques s'expliquent le mieux par l'acceptation de la théorie du droit personnel, il ne nous semble pas être juste de laisser jouer le droit à la marque, dans tous ses effets, de la manière dont un droit personnel joue. Nous croyons que les besoins pratiques exigent souvent que l'on s'écarte des effets reconnus en matière de droits personnels, et que l'on admette notamment l'indépendance de la marque, dans un pays, de son existence dans d'autres pays.

L'auteur s'occupe ensuite, dans le premier titre, des brevets; dans le deuxième titre, des dessins et modèles industriels; dans le troisième titre, des marques; dans le quatrième titre, du nom commercial; dans le cinquième titre, des indications de provenance; dans le sixième titre, de la concurrence déloyale et, dans le septième titre, du régime international de la propriété industrielle. Nous constatons avec le plus grand plaisir que M. di

Franco se prononce dans ce dernier, par des arguments excellents, en faveur de la suppression de la réserve des droits des tiers de l'article 4 de la Convention, suppression que le Programme de la Conférence de Londres propose et qui n'a pas pu être effectuée lors de la dernière Conférence de révision (La Haye, 1925) par suite de l'opposition des Délégations de trois pays, dont celle de l'Italie. Espérons que les Délégués italiens à Londres se rallient à la thèse défendue par leur éminent compatriote. Nous le souhaitons d'autant plus que les opinions émises récemment par d'autres experts italiens (au Congrès de Vienne de la Chambre de commerce internationale) ne nous permettent pas de constater une adhésion nette au point de vue soutenu par l'auteur.

En ce qui concerne la deuxième question, tout aussi importante, qui se rattache au droit international en matière de brevets, la sanction contre le défaut d'exploitation (art. 5 de la Convention), nous ne trouvons pas dans l'ouvrage de M. di Franco un commentaire aussi satisfaisant qu'en ce qui concerne l'article 4. Pourtant, c'est justement sur ce point que la jurisprudence italienne interprète le texte de La Haye de la Convention d'une manière qui mérite bien d'être discutée.

PUBLICATIONS PÉRIODIQUES

MARKENSCHUTZ UND WETTBEWERB, revue mensuelle, publiée par Martin Wassermann et Kurt Bussmann, à Hambourg.

Sommaire du numéro de janvier 1934: Le premier numéro de l'année débute, comme d'habitude, par les communications officielles relatives à l'Union internationale pour la protection de la propriété industrielle (application des Actes de l'Union aux possessions françaises d'outre-mer; adhésion de la Suède à l'Arrangement de Madrid concernant la répression des fausses indications de provenance). — M. W. Dunkhase, ancien directeur près le Reichspatentamt, s'occupe, dans une étude approfondie et très scientifique, de la question de savoir si un brevet demeure protégé au cas où l'invention aurait été antérieurement publiée et où le délai utile pour intenter une action en annulation serait écoulé; il se prononce au sujet des diverses opinions émises en la matière par la doctrine. — M. Starck (Oberlandesgerichtsrat à Hamm) traite de l'emploi indirect de l'objet breveté, du perfectionnement de l'invention et de la participation à la violation du brevet. — M. le Dr Otto Stritzke (à Nuremberg) commente en détail les dispositions de la Rabattgesetz du 25 novembre 1933. — M. Stern (Patentanwalt à Essen) cherche des moyens propres à éliminer l'insécurité du droit qui résulte, dit-on, de la jurisprudence actuelle en matière de brevets. — Suivent 9 arrêts du Reichsgericht en matière de brevets et de marques, dont certains ont une vaste portée; quatre arrêts d'Oberlandesgerichte et diverses décisions en matière de brevets. Sous le titre «De l'étranger» figurent les dispositions relatives à la marque nationale luxembourgeoise pour le beurre. Une revue de la littérature et des revues termine le numéro.

⁽¹⁾ Voir Gazette du Palais, numéro du 16 décembre 1933.