

Cadbury obtient en Grande Bretagne la protection en tant que marque de la couleur violette

[MARQUES]

UK IPO (Office de Propriété Intellectuelle britannique) 20 octobre 2011 et 2 décembre 2011 Nestlé c/ Cadbury

Si les dispositions, combinaison ou nuances de couleur peuvent par principe être enregistrées en tant que marque, les conditions restrictives énoncées par la jurisprudence communautaire impliquent qu'en pratique peu de couleurs ont considérées comme étant éligibles au bénéfice de la protection par le droit des marques [[Voir Article Netcom Octobre 2010](#)].

L'argument sous jacent tient essentiellement au nombre limité des couleurs qui ne pourrait donc pas faire l'objet d'une appropriation exclusive de nature à limiter la liberté du commerce et de l'industrie.

Sous l'influence de cette jurisprudence, les juridictions françaises refusent également l'octroi d'un monopole d'exploitation pour défaut de caractère distinctif d'une marque constituée d'une couleur sauf à démontrer que l'usage intensif de la couleur concernée permet immédiatement au consommateur d'identifier le produit ou le service, objet de la protection.

Ainsi, le simple usage pendant une longue période est généralement considéré comme insuffisant pour établir la distinctivité de la marque s'il n'est pas démontré que le consommateur lie la couleur au produit.

En Grande Bretagne, l'office britannique vient de reconnaître à la société Cadbury, au terme d'une longue procédure d'opposition de 3 ans initiée par la société Nestlé, la protection de la couleur « violet » (Pantone 2685c) pour les barres et tablettes de chocolat et les boissons chocolatées.

L'office a considéré que la renommée de la société Cadbury était fortement associée à la couleur violette qui avait ainsi acquis un caractère distinctif notamment en raison de l'usage par Cadbury de cette couleur sur les emballages des produits de chocolat depuis 1914 mais également au sein de sa publicité.

Il convient toutefois de relever que la liste des produits couverts par la marque a été limitée, l'office ayant jugé que Cadbury ne démontrait pas l'acquisition du caractère distinctif de la couleur pour les produits de confiserie et les gâteaux au chocolat.

Gageons que cette bataille remportée par Cadbury en Grande Bretagne sera attentivement étudiée par les sociétés qui se sont vu refuser le bénéfice d'une telle protection.

Florence DAUVERGNE