



LA LETTRE

N°88 • AUTOMNE 2025

VIE DU CABINET

♦ PROMARK ACCUEILLE UNE NOUVELLE COLLABORATRICE

Depuis septembre 2025, Promark a le plaisir de compter une nouvelle collaboratrice, en la personne de Julie Falcon de Longevialle.

Julie est avocate au barreau de Paris depuis 9 ans et vient renforcer l'équipe Promark, forte de son dynamisme et de son expérience dans trois cabinets d'avocats parisiens en propriété intellectuelle où elle a conseillé et défendu des entreprises de tailles et secteurs variés, en France comme à l'étranger.

FRANCE

OPPOSITIONS

♦ SUBLIM

Par une décision du 3 septembre 2025, la Cour d'appel de Versailles a rejeté le recours formé par la société DIM France à l'encontre d'une décision d'opposition de l'INPI, rendue le 25 juin 2024, rejetant l'opposition formée à l'encontre de la demande de marque

Sublime Secret
Lingerie Séduction

notamment en classe 25, sur le fondement de la marque **SUBLIM** de la société DIM France enregistrée en classe 25 pour des produits identiques et similaires.

La Cour note que le signe **SUBLIM** tire l'essentiel de sa distinctivité de l'absence de la lettre « e » qui, par cette orthographe particulière, le distingue de l'adjectif laudatif « sublime ». Ainsi, au sein du signe contesté, le terme « sublime » vient qualifier le terme « secret » et n'apparaît pas dominant, ni distinctif.

La Cour d'appel rejette donc le recours et considère qu'il n'existe pas de risque de confusion entre les signes.

♦ LES BELLES HISTOIRES

Par une décision du 26 août 2025, l'INPI a refusé à l'enregistrement la demande de

marque **La Belle Histoire**, déposée en classes 35 et 41, à la suite de l'opposition formée par la société Bayard, sur le fondement de sa marque

les belles histoires

, enregistrée notamment en classes 35 et 41, pour des services identiques ou similaires.

L'INPI retient que la seule différence entre les signes, qui tient à l'utilisation du singulier dans le signe contesté tandis que la marque antérieure se conjugue au pluriel, n'est pas de nature à écarter la similitude entre les signes.

Dès lors, l'INPI a reconnu l'opposition justifiée et a totalement refusé la demande de marque à l'enregistrement.

♦ SEASONS

Par une décision du 3 septembre 2025, l'INPI a refusé à l'enregistrement la demande de marque **Max Season** déposée en classe 41, sur le fondement de la

marque **SEASONS**

de la société Canal+ Thématiques, notamment enregistrée en classe 41, pour des services identiques ou similaires.

L'INPI relève que la différence tenant au terme « max » est inopérante dans la mesure où ce signe sera compris par le consommateur comme un élément laudatif évoquant le terme « maximum » et présente donc un caractère faiblement distinctif.

Ainsi, l'INPI conclut à l'existence d'un risque de confusion entre les signes et fait droit à l'opposition de la société Canal+ Thématiques.

♦ SPARK

Par une décision du 27 août 2025, l'INPI a reconnu justifiée l'opposition formée par la société SCOTT SPORTS SA sur le fondement de la marque **SPARK** enregistrée en classe 12, à l'encontre de la demande de marque **SPARK SERVICE** déposée en classes 12, 37 et 39, pour des produits et services partiellement identiques ou similaires.

L'INPI retient, d'une part, que les signes sont visuellement et phonétiquement

proches, ceux-ci étant tous deux composés du terme distinctif et dominant **SPARK**.

L'INPI note, d'autre part, que le terme **SERVICE** au sein de la demande contestée désigne, en matière commerciale, tout type de prestation ou d'assistance au client, et apparaît donc dépourvu de caractère distinctif.

L'INPI refuse partiellement la demande de marque à l'enregistrement.

JURISPRUDENCE

♦ LA PRESCRIPTION EN DROIT D'AUTEUR

Par une décision du 3 septembre 2025, la Cour de cassation rappelle que lorsque la contrefaçon résulte d'une succession d'actes distincts, et non d'un acte unique s'étant prolongé dans le temps, la prescription court pour chacun de ces actes, à compter du jour où l'auteur a connu ou aurait dû connaître ledit acte.

C'est sur ce fondement que la Cour de cassation casse l'arrêt d'appel qui avait considéré prescrits les auteurs, compositeurs et coéditeurs d'une œuvre musicale, en notant qu'ayant mis en demeure la partie adverse dès 2011, ils avaient donc eu connaissance du titre musical litigieux dès cette date.

Les Conseillers de la Haute juridiction précisent qu'à partir du moment où des actes de diffusion de l'œuvre contrefaisante avaient été constatés en 2018, soit moins de 5 ans avant la date d'introduction de l'instance, la prescription ne pouvait être retenue.

La Cour de cassation renvoie l'affaire devant une autre Cour d'appel pour trancher du fond.

UNION EUROPÉENNE

OPPOSITIONS

♦ CHANEL

Par une décision du 16 septembre 2025, l'EUIPO a accueilli l'opposition formée par la société Chanel sur le fondement de

sa marque **CHANEL** enregistrée notamment en classe 25, à l'encontre de la demande de marque **JNANEL** déposée en classe 25 pour des produits identiques ou similaires.

En l'espèce, l'EUIPO retient que la marque **CHANEL** pourrait être perçue comme un nom de famille par une partie du public, ou comme n'ayant aucune signification, pour une autre partie significative de celui-ci, rappelant qu'il n'est pas nécessaire d'établir l'existence d'un risque de confusion à l'égard de l'ensemble du public pertinent.

En conséquence, l'EUIPO accueille l'opposition en notant que les signes en cause sont visuellement et phonétiquement similaires et qu'il existe un risque de confusion au moins pour la partie du public pour laquelle ceux-ci ne possèdent aucune signification.

♦ TOYOTA

Par une décision du 20 novembre 2025, la Division d'opposition de l'EUIPO a accueilli l'opposition formée à l'encontre de la demande de marque **iToyoto** déposée en classe 28, sur le fondement de la marque **TOYOTA** de la société Toyota, enregistrée en classe 28 pour des produits identiques ou similaires.

Bien que l'office considère que la lettre « i » présente en attaque de la demande opposée et suivie d'un « T » majuscule, sera perceptible, il relève que celle-ci sera associée au terme « intelligence », couramment utilisé dans le domaine technologique et pouvant renvoyer à l'une des caractéristiques des jouets de la classe 28, incorporant potentiellement de la technologie. L'office conclut que cette lettre est donc faiblement distinctive.

En conséquence, les signes en cause présentent des similitudes visuelles et phonétiques de nature à créer un risque de confusion.

L'opposition est accueillie dans son intégralité.

♦ SONNY ANGEL

Par une décision du 19 septembre 2025, l'EUIPO a accueilli l'opposition formée par la société Fioko Distribution sur le fondement de sa marque **SONNY ANGEL** enregistrée notamment en classe 28, à l'encontre de la demande de marque

Sonny Angel

Hippers déposée également en classe 28 pour des produits identiques ou similaires.

En l'espèce, l'EUIPO retient que les marques considérées présentent des similitudes visuelles, phonétiques et conceptuelles tenant à la présence des éléments verbaux **SONNY ANGEL**, à

l'identique, dans les deux marques considérées.

L'opposition est donc accueillie et la demande de marque totalement rejetée.

JURISPRUDENCE

♦ CHOPIN

Par une décision du 21 novembre 2025, la Division d'annulation de l'EUIPO rappelle que les liens hypertextes, s'ils ne sont pas accompagnés d'éléments tangibles tels que des captures écran, ne peuvent pas être pris en compte en tant que preuves d'usage, notamment dans la mesure où un site internet peut être modifié à tout moment.

L'EUIPO précise qu'il incombe au titulaire de la marque dont l'usage est contesté, et non pas aux offices, de relever et fournir les données pertinentes du site web du titulaire de la marque.

L'EUIPO rappelle par ailleurs que la prétendue renommée de la marque dont l'usage sérieux est contesté ne dispense pas son titulaire de fournir de telles preuves d'usage, comme pour toute autre marque.

Ainsi, l'Institut National Fryderyk Chopin est partiellement déchu de son droit de marque sur le signe **CHOPIN**.

♦ SPOT+SCRUB

Le 21 novembre 2025, la division d'examen de l'EUIPO a refusé à l'enregistrement la demande de marque **spot+scrub** déposée par la société Dyson en classe 7.

Il a été considéré que l'ensemble « SPOT + SCRUB » renvoie à une notion de détection et de nettoyage de la saleté et donc que la demande de marque est dépourvue de caractère distinctif.

La présence d'une typographie particulière et l'ajout du symbole « + », ce dernier étant couramment utilisé dans le langage courant, ne permettent pas à la marque de remplir sa fonction essentielle de distinguer les produits des différents acteurs économiques sur le marché.

♦ GIN

Par une décision du 13 novembre 2025, la CJUE confirme qu'il est interdit d'apposer « gin sans alcool » sur les boissons ne répondant pas à la définition légale du gin. La Cour retient que cette interdiction tend à assurer une concurrence loyale ainsi qu'à protéger la réputation de ces boissons.

La Cour relève par ailleurs que cette interdiction, qui ne vise pas à prohiber la commercialisation de ces boissons,

respecte bien le contenu essentiel de la liberté d'entreprise ainsi que le principe de proportionnalité.


Les producteurs de boissons non alcoolisées doivent donc prêter attention aux définitions légales des boissons alcoolisées, même s'ils indiquent clairement ne pas vendre de boissons alcoolisées.

CHINE


♦ SOTHYS & LOGO BÉESSE

Par deux décisions des 25 septembre et 31 octobre 2025, les Tribunaux populaires de Shenzhen Longgang (1) et Shenzhen (2) ont condamné trois sociétés et une personne physique pour contrefaçon de droit d'auteur (1) et contrefaçon de marque et concurrence déloyale (2).

(1) Le Tribunal de Shenzhen Longgang a

reconnu que le logo  bénéficie d'une protection au titre du droit d'auteur et a donc condamné les défendeurs qui reproduisaient cette création sans autorisation.

(2) Le Tribunal de Shenzhen a reconnu que les marques **SOTHYS** (en caractères latins ainsi que leur translittération

chinoise) et le logo  sont des marques de renommée pour les cosmétiques, préparations cosmétiques, produits de soin pour la peau et crèmes de beauté. Il a ainsi condamné pour contrefaçon de marques les défendeurs qui reproduisaient ces marques dans la vie des affaires.

La société Sothys a ainsi pu obtenir la condamnation de contrefacteurs au paiement de dommages et intérêts et obtenir la cessation des actes litigieux.

INTERNATIONAL

♦ CLASSIFICATION DE NICE

La 13^{ème} édition de la classification de Nice entrera en vigueur à compter du 1^{er} janvier 2026.

Cette édition montre l'ajout de nouveaux produits (par exemple « gants de yoga » en classe 25) ainsi que des changements de classes et/ou des modifications de libellé de produits déjà visés (par exemple les « lunettes » sont transférées de la classe 9 à la classe 10, la « crème de beurre » est modifiée par « crème au beurre (glaçage) » et transférée de la classe 29 à la classe 30).