

8 juillet 2021

## DECISION

## STATUANT SUR UNE DEMANDE EN DECHEANCE

\*\*\*\*

LE DIRECTEUR GENERAL DE L'INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE;

**Vu** le Code de la propriété intellectuelle et notamment ses articles L.411-1, L.411-4, L.411-5, L.714-4 à L.714-6, L.716-1, L.716-1-1, L.716-3, L.716-3-1, L.716-5, R.411-17, R.714-1 à R.714-6, R.716-1 à R.716-13 et R.718-1 à R.718-5 ;

**Vu** l'arrêté du 24 avril 2008 modifié par l'arrêté du 9 décembre 2019 relatif aux redevances de procédures perçues par l'Institut national de la propriété industrielle ;

**Vu** la décision n° 2020-35 du Directeur Général de l'Institut National de la Propriété Industrielle relative aux modalités de la procédure en nullité ou en déchéance d'une marque.

## I.- FAITS ET PROCEDURE

1. Le 17 novembre 2020, la société ALDL SAS, société par actions simplifiée (le demandeur), a présenté une demande en déchéance enregistrée sous la référence DC20-0126 contre la marque n° 1 272 143 déposée le 10 mai 1984, ci-dessous reproduite :

## SALAVIN

L'enregistrement de cette marque a été publié au BOPI 1984-43 et régulièrement renouvelé (le dernier renouvellement ayant été publié le 31 janvier 2014, au BOPI 2014-05).

La société HOLDING SALPA SOCIÉTÉ ALSACIENNE DE PARTICIPATIONS AGRO-ALIMENTAIRES, société anonyme (le titulaire de la marque contestée), est devenue propriétaire de la marque précitée par suite d'une transmission totale de propriété, inscrite le 14 juin 2007 sous le n° 460001 (BOPI 2007-40).

2. La demande porte sur la totalité des produits de la marque contestée, à savoir :

« **Classes 29, 30** : *Produits alimentaires, fruits confits, conserves et confitures et gelées de fruits. Les pâtisseries, produits de chocolaterie et confiserie, produits alimentaires, glaces comestibles* ».

3. Le demandeur invoque le motif suivant : « *La marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux* ».
4. Un exposé des moyens a été fourni à l'appui de la demande en déchéance.
5. L'institut a informé le titulaire de la marque contestée de la demande en déchéance et l'a invité à se rattacher au dossier électronique, par courrier simple envoyé à l'adresse indiquée lors du dépôt, ainsi que par courrier simple et courriel adressé au mandataire ayant procédé au renouvellement de la marque contestée.

6. La demande a été notifiée au mandataire ayant procédé au rattachement, par courrier recommandé en date du 27 novembre 2020, reçu le 1<sup>er</sup> décembre 2020. Cette notification l'invitait à produire des pièces propres à établir que cette marque a fait l'objet d'un usage sérieux au cours des cinq années précédant la demande en déchéance ou à justifier d'un juste motif de sa non-exploitation, dans un délai de deux mois à compter de sa réception.
7. Le 27 janvier 2021, le titulaire de la marque contestée a présenté des observations en réponse, accompagnées de pièces.
8. Ces observations et pièces ont été portées à la connaissance du demandeur par courrier recommandé en date du 2 février 2021, reçu le 4 février 2021. Cette notification l'invitait à présenter des observations en réponse et à produire toute pièce qu'il estimerait utile dans un délai d'un mois à compter de la réception de ce courrier.
9. Le demandeur a présenté des observations en réponse dans le délai d'un mois imparti, lesquelles ont été portées à la connaissance du titulaire de la marque contestée par courrier recommandé en date du 5 mars 2021, reçu le 9 mars 2021.
10. Le titulaire de la marque contestée a présenté ses deuxièmes observations dans le délai d'un mois imparti, lesquelles ont été portées à la connaissance du demandeur par courrier recommandé du 14 avril 2021, reçu le 26 avril 2021.
11. Le demandeur n'ayant pas présenté de nouvelles observations en réponse dans le délai d'un mois qui lui était imparti, les parties ont été informées de la date de fin de la phase d'instruction, à savoir le 26 mai 2021.

### **Prétentions du demandeur**

12. Lors du dépôt de la demande en déchéance, le demandeur a produit un exposé des moyens sollicitant que soit prononcée la déchéance totale de la marque contestée à compter de la date de la demande en déchéance.
13. Dans ses observations, le demandeur :
  - Contesté l'aptitude des pièces fournies par le titulaire de la marque contestée à prouver l'usage sérieux de la marque sur la période pertinente ;
  - Relève une contradiction dans les propos du titulaire de la marque contestée, celui-ci affirmant, d'une part, que la marque SALAVIN « *fait l'objet d'une exploitation sans discontinuité durant 1873 à nos jours* » et, d'autre part, qu'il a souhaité « *reprendre* » l'usage de la marque en 2020 ;
  - Fait valoir qu'aucune mention de la marque SALAVIN ne figure sur le site Internet de la société SLPA HOLDING dans le pôle chocolat ou parmi les marques du groupe ; au soutien de cette affirmation, des copies-écran de pages web extraites du site Internet « *salpa.fr* » ont été reproduites dans ses observations.
  - Contesté l'argumentation du titulaire de la marque contestée relative à l'existence d'un juste motif de non-exploitation de la marque du à la pandémie du covid-19 :

Il relève notamment que les pièces fournies par le titulaire de la marque contestée ne démontrent pas qu'aient été réalisés des préparatifs sérieux, avérés et engageants en vue d'un usage effectif de la marque, mais seulement de simples hypothèses de futures activités commerciales ;

Il souligne que la pandémie de covid-19 a rendu certes plus difficile l'exploitation de certaines marques mais n'a pas fait disparaître le marché du chocolat, de sorte que cette pandémie ne saurait justifier l'absence totale d'exploitation de la marque SALAVIN ;

Il précise à cet égard qu'en vertu de la jurisprudence, l'obstacle constituant un juste motif de non-exploitation d'une marque doit non seulement être indépendant de la volonté du titulaire mais également présenter un lien direct avec la marque au point que l'usage de celle-ci dépend de l'élimination de cet obstacle ;

Il cite en outre l'EUIPO comme ayant affirmé que « *lorsque les motifs justifiant le non usage n'ont existé qu'au cours d'une partie de la période de cinq ans concernée, il n'est pas toujours légitime d'écarter l'exigence de la preuve de l'usage* », soulignant qu'en l'occurrence le titulaire de la marque contestée n'a fourni aucune preuve d'exploitation de la marque avant le premier confinement du 16 mars 2020.

### **Prétentions du titulaire de la marque contestée**

14. Dans ses premières observations, le titulaire de la marque contestée a présenté des arguments et fourni des pièces (lesquelles seront listées et analysées ci-dessous dans la décision).

Il affirme notamment :

- Que la marque « *a fait l'objet d'une exploitation sans discontinuité durant 1873 à nos jours* » et que « *cet usage s'est ralenti au cours des dernières années* » ;
- Que les « *chocolats SALAVIN sont actuellement produits par la société Schaal (filiale du groupe SALPA)* » ; au soutien de cet argument, il produit un document intitulé « *extraction du tableau des productions Schaal 2018* » (pièce 2) ;

Il invoque l'existence d'un juste motif de non-exploitation de la marque « *à tout le moins pour les « produits de chocolaterie »* », en raison du contexte lié à la pandémie du covid-19 :

- Il soutient à cet égard avoir eu la volonté de « *reprendre l'usage de la marque (...) dès le mois de juin 2020* », et avoir entrepris des préparatifs en vue de la reprise d'un usage intensif de la marque ;

A l'appui de cet argument, il précise avoir recherché, dès septembre 2020, un emplacement pour l'exploitation d'une nouvelle chocolaterie SALAVIN devant fournir le réseau de magasins d'usine du groupe (il fournit à cet égard des échanges de mails : pièce 3) ; en outre, il fait état d'un document réalisé par la société YVES THURIES pour une réunion s'étant déroulée le 16 juin 2020 et ayant pour objectif la création d'un magasin d'usine destiné à écouler les stocks du groupe HOLDING SALPA résultant du confinement de pâques 2020 ; il souligne qu'en page 2 de ce document est indiqué le projet d'utiliser la marque SALAVIN pour des chocolats (pièce 5) ;

- Il fait ensuite valoir que ce projet de reprise de l'usage de la marque SALAVIN a été mis en suspens en raison de la pandémie du covid-19 ;

Il précise à cet égard que le premier confinement du 16 mars 2020 a eu pour conséquence la fermeture des magasins de détail du groupe et la perte des ventes de Pâques, suite à quoi le groupe a décidé de créer « *un réseau de magasins d'usine à la marque SALAVIN avec comme but à terme d'écouler sous cette marque les différents produits du groupe* », mais que suite au second confinement intervenu fin octobre et en « *l'absence totale de visibilité pour les mois à venir le groupe décide de mettre ce projet en stand by* » et de reprendre une fois la situation clarifiée au regard du covid ;

Il précise que ces circonstances sont indépendantes de sa volonté et l'ont empêché de mettre en œuvre son projet de reprise de l'usage de la marque.

15. Dans ses secondes observations, le titulaire de la marque contestée insiste sur l'impact des mesures gouvernementales liées au covid-19 sur l'économie, et en particulier sur l'activité des chocolatiers ;

Il précise à cet égard que de nombreux secteurs ont été mis à l'arrêt et que si le marché du chocolat n'a certes pas disparu, il a été néanmoins fortement impacté par la pandémie, les festivités de pâques représentant la seconde période la plus importante de l'année (après Noël) pour les chocolatiers ;

Au soutien de son argumentation, il fournit un article émanant de l'INSEE relatif à l'impact de la crise sanitaire sur l'organisation et l'activité des sociétés, publié en décembre 2020 (pièce 6).

A l'appui de ses observations, le titulaire de la marque contestée a transmis les pièces suivantes, intitulées comme suit :

- Pièce n°1 : historique de la marque SALAVIN
- Pièce n°2 : Etat de la production des produits SALAVIN en 2018
- Pièce n°3 : Echanges de correspondance entre Monsieur Des Palière de la société Yves Thuries, membre du groupe HOLDING SALPA avec Monsieur LESTAVEL de la société ADVANTAIL
- Pièce n°4 : Objet social de la société ADVANTAIL
- Pièce n°5 : Document réalisé par la société Yves Thuriès (filiale de la HOLDING SALPA) pour une réunion s'étant déroulée le 16 juin 2020
- Pièce n°6 : Note de conjoncture de l'INSEE portant sur l'impact de la crise sanitaire sur l'organisation et l'activité des sociétés publiée le 15 décembre 2020

## II.- DECISION

### A. Sur l'usage sérieux

16. Conformément aux articles L.714-4 et L714-5 du code de la propriété intellectuelle, le titulaire d'une marque peut-être déchu de ses droits si, pendant une période ininterrompue de cinq ans, la marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux en France pour les produits ou services pour lesquels elle est enregistrée et qu'il n'existe pas de justes motifs de non-usage.

17. L'article L.714-5 du code précité précise qu'« *est assimilé à un usage [sérieux] [...] :*

*1° L'usage fait avec le consentement du titulaire de la marque [...] ;*

*3° L'usage de la marque par le titulaire ou avec son consentement, sous une forme modifiée n'en altérant pas le caractère distinctif, que la marque soit ou non enregistrée au nom du titulaire sous la forme utilisée ».*

18. En vertu du dernier alinéa de l'article L.716-3 alinéa 5, « *La demande en déchéance prend effet à la date de la demande ou, sur requête d'une partie, à la date à laquelle est survenu le motif de déchéance ».*

19. L'article L.716-3-1 du même code prévoit que la preuve de l'exploitation incombe au titulaire de la marque dont la déchéance est demandée. Elle peut être rapportée par tous moyens.
20. Enfin, l'article R.716-6 du code précité précise dans son 1° : « Pour les demandes en déchéances fondées sur l'article L.714-5, les pièces produites par le titulaire de la marque doivent établir que la marque contestée a fait l'objet d'un usage sérieux au cours des cinq années précédant la demande en déchéance ».

### Appréciation de l'usage sérieux

21. Il est constant qu'une marque fait l'objet d'un usage sérieux lorsqu'elle est utilisée conformément à sa fonction essentielle qui est de garantir l'identité d'origine des produits ou des services pour lesquels elle a été enregistrée, aux fins de créer ou de conserver un débouché pour ces produits et services, à l'exclusion d'usages de caractère symbolique ayant pour seul objet le maintien des droits conférés à la marque.
22. Il convient de prendre en considération, dans l'appréciation du caractère sérieux de l'usage de la marque, l'ensemble des faits et des circonstances propres à établir la réalité de son exploitation commerciale, en particulier les usages considérés comme justifiés dans le secteur économique concerné pour maintenir ou créer des parts de marché au profit des produits ou services protégés par la marque, la nature de ces produits ou de ces services, les caractéristiques du marché, l'étendue et la fréquence de l'usage de la marque (CJUE, 11 mars 2003, Ansul, C40/01).
23. Pour examiner le caractère sérieux de l'usage de la marque contestée, il convient de procéder à une appréciation globale en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce. En effet, l'usage sérieux d'une marque ne peut être démontré par des probabilités ou des précomptions, mais doit reposer sur des éléments concrets et objectifs qui prouvent un usage effectif et suffisant de la marque sur le marché concerné.
24. La preuve de l'usage doit ainsi porter sur la période, le lieu, l'importance et la nature de l'usage qui a été fait de la marque en relation avec les produits et services pertinents.

### Période pertinente

25. En l'espèce, la marque contestée a été déposée le 10 mai 1984, son enregistrement a été publié au BOPI 1984-43 et elle a été régulièrement renouvelée, en dernier lieu en 2014. La demande en déchéance a quant à elle été déposée le 17 novembre 2020.
26. Par conséquent, la marque contestée avait été enregistrée depuis plus de cinq ans à la date de dépôt de la demande en déchéance.
27. Le titulaire de la marque contestée devait ainsi prouver l'usage de sa marque au cours de la période de cinq ans précédant la date de la demande en déchéance, soit du 17 novembre 2015 au 17 novembre 2020, et ce pour la totalité des produits désignés dans l'enregistrement, à savoir :  
  
« **Classes 29, 30** : Produits alimentaires, fruits confits, conserves et confitures et gelées de fruits. Les pâtisseries, produits de chocolaterie et confiserie, produits alimentaires, glaces comestibles ».
28. Les pièces fournies par le titulaire de la marque contestée aux fins de démontrer l'usage de la marque SALAVIN pour les produits ci-dessus énumérés sont les suivantes :

- L'extrait d'un blog publié le 15 mars 2015 sur « la chocolaterie SALAVIN », dont l'auteur n'est pas indiqué mais qui précise être joignable à l'adresse « [...]@yahoo.fr » (pièce 1).

Ce blog affirme que « *cette chocolaterie a été créée en 1873 et existe toujours, certaines boutiques comme celle de la rue Ordener Paris 18<sup>ème</sup> continue de vendre du chocolat, thé, café et confiserie* », et précise qu' « *aujourd'hui la marque Salavin appartient à l'enseigne Havraise créée en 1968 « Coffea » (...)* ».

Il contient d'anciennes photographies de stands et boutiques SALAVIN, ainsi que des photographies de publicités, factures et produits comportant la mention SALAVIN, dont les dates indiquées se situent entre la fin du 19<sup>ème</sup> et le début du 20<sup>ème</sup> siècle.

- Un document intitulé « *extraction du tableau des productions Schaal 2018* » (pièce 2).  
Les mentions figurant sur ce document, réparties sur trois pages, sont reproduites ci-dessous :

(1<sup>ère</sup> page :)

Reference      Désignation      UP      Famille2

### Extraction du tableau des productions Schaal 2018

141852	ROND LT CH GAN CARAMEL FLEUR SEL SALAVIN	KG	SEMI-FINI
--------	--	----	-----------

(2<sup>ème</sup> page :)

CrNomenclature      CrRessource      CS 2017      CrNomenclature      CrRessource

2,746520	0,762580	3,509100	2,531270	0,779310
----------	----------	----------	----------	----------

(3<sup>ème</sup> page :)

CS 2018      Ecart

3,310580	-6%
----------	-----

29. Il doit être relevé que l'extrait du blog sur la chocolaterie SALAVIN (pièce 1), publié le 15 mars 2015, est antérieur à la période pertinente.

Du reste, si dans cet extrait l'auteur du blog (au demeurant inconnu) affirme que la chocolaterie SALAVIN « *existe toujours* » et que « *certaines boutiques comme celle de la rue Ordener Paris 18<sup>ème</sup> continue de vendre du chocolat, thé, café et confiserie* », rien ne le démontre, ni ne prouve que les produits commercialisés dans ces boutiques sont revêtus de la marque SALAVIN. A cet égard, les photographies relatives à cette chocolaterie et à la marque SALAVIN sont très anciennes, de même que les publicités, factures et produits photographiés.

Ainsi, cette pièce n'est pas de nature à démontrer un usage de la marque SALAVIN pour les produits qu'elle désigne pendant la période pertinente.

30. Quant au document intitulé « *extraction du tableau des productions Schaal 2018* » (pièce 2), il s'agit d'un document interne (aucune source n'étant du reste mentionnée) contenant des indications et abréviations dont la signification n'est ni claire ni explicitée, de sorte qu'aucune information tangible ne peut être relevée concernant l'état de la production des produits référencés SALAVIN.

Du reste, ce document, relatif aux « *productions Schaal* », n'apparaît en soi pas de nature à démontrer un usage du signe SALAVIN à titre de marque et par son titulaire ou avec son consentement.

A cet égard, « SCHAAL » est un nom distinct de celui du titulaire de la marque contestée, et ce dernier n'a pas démontré que la société SCHAAL est un tiers autorisé à exploiter la marque SALAVIN avec son consentement. A cet égard, la simple allégation du titulaire selon laquelle il s'agirait d'une de ses filiales ne saurait suffire à l'établir.

31. Les autres pièces fournies par le titulaire de la marque contestée, au demeurant invoquées dans ses observations non pas en tant que preuves d'usage de la marque mais comme éléments justifiant l'existence d'un juste motif de non-exploitation, ne sont nullement de nature à démontrer un usage de la marque pendant la période pertinente.

A cet égard, comme le relève le demandeur, la pièce 5, qui consiste en un document réalisé en vue d'une réunion fixée au 16 octobre 2020 ayant pour objet un projet de magasin d'usine, contient l'indication suivante : « *utilisation d'une marque existante du groupe : Salavin (**Exclusion des marques en activité** de Cote de France / Marquise de Sévigné / ...)* », ce qui laisse à penser que la marque SALAVIN n'était pas considérée à cette date comme faisant partie des « *marques en activité* ».

32. Enfin, les affirmations du titulaire de la marque contestée selon lesquelles « *cette marque a fait l'objet d'une exploitation sans discontinuité durant 1873 à nos jours* » ne sauraient être retenues en l'absence de pièces pertinentes permettant de les confirmer.

En outre, comme le relève le demandeur, le titulaire de la marque contestée affirme par ailleurs avoir « *souhaité reprendre l'usage de sa marque* » à partir du mois de juin 2020, cette affirmation laissant entendre que la marque n'était alors plus exploitée.

33. **Par conséquent, les éléments produits par le titulaire de la marque contestée ne permettent pas d'attester de son usage pendant la période pertinente.**
34. Aucune preuve de l'usage sérieux de la marque SALAVIN pour les produits désignés n'ayant été produite pour la période pertinente précédant la demande de déchéance, il convient d'apprécier le juste motif de non-exploitation invoqué par le titulaire de la marque contestée.

### **B. Sur le juste motif de non-usage**

35. La Cour de Justice de l'Union européenne a dit pour droit que constituent de justes motifs pour le non-usage d'une marque les obstacles qui présentent une relation directe avec cette marque rendant impossible ou déraisonnable l'usage de celle-ci et qui sont indépendants de la volonté du titulaire de ladite marque (CJUE, 14 juin 2007, Armin Häupl, C-246/05).
36. Selon la jurisprudence européenne, la notion de juste motif se réfère à des circonstances externes au titulaire de la marque qui rendent l'usage de la marque impossible ou déraisonnable, plutôt qu'aux circonstances liées à ses difficultés commerciales (cf. Décision du TUE citée par le demandeur du 18/03/2015, T-250/13, SMART WATER, § 66-69).

37. En l'espèce, le titulaire de la marque contestée invoque un juste motif de non-exploitation « à tout le moins en ce qui concerne les produits suivants : produits de chocolaterie ».
38. Il soutient à cet égard avoir « souhaité reprendre l'usage de sa marque (...) dès le mois de juin 2020 » et avoir entrepris dès cette période des « préparatifs à la reprise d'un usage intensif » de la marque, dans le cadre d'un projet de création d'un magasin d'usine ayant pour objectif d'écouler, sous la marque SALAVIN, les stocks des produits du groupe résultant du confinement de Pâques 2020.

Il précise que suite au second confinement, mis en place du 30 octobre au 15 décembre 2020, et en l'absence de visibilité pour les mois à venir, le groupe a décidé de « mettre ce projet en stand by et de le reprendre une fois que la situation se sera clarifiée au niveau du COVID ».

Il insiste sur le fait que ces circonstances sont indépendantes de sa volonté et qu'il lui était dans ce contexte « impossible de mener à bien son projet sur la marque SALAVIN ».

Au soutien de ses arguments, le titulaire de la marque contestée fournit les pièces suivantes :

- Echanges d'emails entre Monsieur Ghislain Des Palière de la société YVES THURIES et Monsieur Esteban LESTAVEL de la société ADVANTAIL, datés du 18 septembre au 12 octobre 2020 (pièce 3).
- Extrait du site « societe.com » relatif à la société ADVANTAIL, indiquant que son activité est l'administration d'immeubles et autres biens immobiliers (pièce 4).
- Document réalisé par la société YVES THURIES, mentionnant une réunion du 16 juin 2020 ayant pour objet l'étude d'une boutique de Discount (pièce 5).

Ce document mentionne l'objectif de « trouver un site pour écouler les invendus de chocolat du groupe suite au confinement de Pâques ».

Il contient des propositions de sites faites par la société ADVANTAIL, indique les avantages et problématiques (notamment de coût, de localisation et de concurrence) liés à une proposition de site en particulier, et envisage l'« utilisation d'une marque existante du groupe : SALAVIN (exclusion des marques en activité de Cote de France / Marquise de Sévigné / ...) ».

- Article extrait d'« Insee Première » n° 1830- décembre 2020, intitulé « L'impact de la crise sanitaire sur l'organisation et l'activité des sociétés » (pièce 6).

39. Ainsi que le fait valoir le demandeur, les pièces fournies par le titulaire de la marque contestée ne permettent pas d'établir qu'il ait effectué de véritables préparatifs suffisamment concrets et engageants en vue d'une reprise d'usage effectif de la marque SALAVIN.

En effet, les échanges de d'emails précités (pièce 3), dans lesquels le titulaire de la marque contestée n'apparaît pas (les interlocuteurs étant un prestataire immobilier et un membre de la société YVES THURIES dont le titulaire de la marque contestée affirme qu'il s'agit d'une de ses filiales sans toutefois le démontrer), évoquent seulement la recherche d'un site pour une nouvelle chocolaterie, sans que la marque SALAVIN ne soit mentionnée.

Le document d'étude d'une boutique de Discount (pièce 5), quant à lui, est réalisé non pas par le titulaire de la marque contestée mais par la société précitée YVES THURIES, et mentionne plusieurs propositions de sites possibles et diverses problématiques à prendre en compte (notamment commerciales, de délais et de concurrence).



Si ce document révèle qu'en octobre 2020 était envisagé un projet d'utilisation de la marque SALAVIN pour écouler les chocolats invendus du groupe dans le cadre d'une boutique de discount, plusieurs pistes et problématiques restaient à clarifier, de sorte qu'il n'apparaissait nullement certain que ce projet soit concrétisé.

40. Par ailleurs, comme le demandeur le soulève, la pandémie du covid 19 n'a pas mis fin au commerce du chocolat.

A cet égard, les mesures gouvernementales prises dans le cadre du second confinement mis en place du 30 octobre au 15 décembre 2020 n'ont pas imposé la fermeture des commerces de produits alimentaires, y compris les confiseries et chocolateries.

Il n'était donc pas impossible au titulaire de la marque contestée de commercialiser des produits de chocolaterie sous la marque SALAVIN à cette période.

Ainsi, il n'existe pas de relation directe entre ce second confinement et cette marque rendant impossible ou déraisonnable l'usage de celle-ci, et la mise en suspens jusqu'à nouvel ordre du projet de reprise de son exploitation résulte non pas de circonstances indépendantes de la volonté du titulaire mais d'un choix délibéré.

Il convient à cet égard de rappeler, comme le souligne le demandeur, que des difficultés d'ordre commercial ne constituent pas un juste motif de non-exploitation (cf. jurisprudence précitée au point 36.).

Le premier confinement invoqué par le titulaire de la marque contestée ne saurait quant à lui être pris en considération, dès lors qu'il n'est pas démontré que la marque était exploitée à ce moment, et qu'au vu des éléments fournis il apparaît que le projet de reprise de son exploitation a justement été envisagé après la fin de ce confinement.

Par ailleurs, l'article de l'Insee produit par le titulaire de la marque contestée (pièce 6), relatif à l'impact du premier confinement et qui n'apporte du reste pas de précisions sur le commerce de la chocolaterie, est sans incidence sur les considérations précitées.

41. **Ainsi, au vu des éléments transmis, l'Institut ne peut conclure que le contexte lié à la pandémie du covid-19 a constitué un obstacle présentant une relation directe avec la marque contestée rendant impossible ou déraisonnable l'usage de celle-ci et indépendant de la volonté du titulaire de ladite marque.**
42. Par conséquent, le titulaire de la marque contestée ne justifie pas d'un **juste motif de non-exploitation**.

## Conclusion

43. Il ressort de ce qui précède que le titulaire de la marque contestée n'a pas démontré son usage sérieux pour les produits désignés au cours de la période pertinente, pas plus qu'il n'a justifié d'un juste motif de non-exploitation, en sorte qu'il doit être déchu de ses droits sur la marque contestée pour l'ensemble des produits visés à l'enregistrement.
44. Ainsi que le requiert le demandeur, la déchéance prend effet à la date de la demande en déchéance, soit le 17 novembre 2020.
45. **Par conséquent, le titulaire de la marque contestée est déchu de ses droits à compter du 17 novembre 2020, pour l'ensemble des produits visés dans l'enregistrement.**

**PAR CES MOTIFS**

**DECIDE**

**Article 1** : La demande en déchéance DC20-0126 est justifiée.

**Article 2** : La société HOLDING SALPA SOCIÉTÉ ALSACIENNE DE PARTICIPATIONS AGRO-ALIMENTAIRES est déclarée déchue de ses droits sur la marque n°1 272 143 à compter du 17 novembre 2020 pour l'ensemble des produits désignés à l'enregistrement.