

**COUR D'APPEL DE DOUAI  
ARRÊT DU 23/06/2022**

CHAMBRE 1 SECTION 2  
N° de MINUTE : 1 & ^ /  
N° RG 21/00283 - N° Portalis DBVT-V-B7F-TMLW

Décision rendue le 9 décembre 2020 par l'Institut National de la Propriété Industrielle de Courbevoie

**DEMANDERESSE AU RECOURS**

**L'Union de syndicats de copropriété du Centre Commercial Villeneuve 2** pris en la personne de son représentant légal  
ayant son siège social Centre Commercial V2  
59650 Villeneuve-d'Ascq

représentée par M<sup>e</sup> Loïc Le Roy, membre de la SELARL Lexavoué Amiens Douai, avocat au barreau de Douai  
assistée de M<sup>e</sup> Frédéric Dumont, membre de la SCP Deprez Guignot & Associés, avocat au barreau de Paris

**DÉFENDEUR AU RECOURS**

**Monsieur le directeur général de l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI)**  
domicilié 15 rue des Minimes CS 50001  
92677 Courbevoie

représenté par Madame L munie d'un pouvoir

**COMPOSITION DE LA COUR LORS DES DÉBATS ET DU DÉLIBÉRÉ**

Catherine Bolteau-Serre, président de chambre  
Sophie Tuffreau, conseiller  
Jean-François Le Pouliquen, conseiller

-----  
**GREFFIER LORS DES DÉBATS** : Anaïs M

**DÉBATS** à l'audience publique du 21 février 2022 après rapport oral de l'affaire par Catherine Bolteau-Serre.  
Les parties ont été avisées à l'issue des débats que l'arrêt serait prononcé par sa mise à disposition au greffe.

**ARRET CONTRADICTOIRE** prononcé publiquement par mise à disposition au greffe le 23 juin 2022 après prorogation du délibéré en date du 2 juin 2022 (date indiquée à l'issue des débats) et signé par

Catherine Bolteau-Serre, président, et Anaïs M, greffier, auquel la minute de la décision a été remise par le magistrat signataire.

**OBSERVATIONS ÉCRITES DU MINISTÈRE PUBLIC** : 15 juillet 2021

\* \* \* \*

Vu la décision de l'INPI du 9 décembre 2020,

Vu le recours formé le 11 janvier 2021 par l'Union de syndicats de copropriété du centre commercial Villeneuve 2,

Vu les conclusions de l'Union de syndicats de copropriété du centre commercial Villeneuve 2 du 11 février 2021,

Vu les observations du directeur général de l'INPI du 8 juin 2021,

Vu les observations du parquet général du 15 juillet 2021.

**EXPOSE DU LITIGE**

L'union de syndicats de copropriété du centre commercial Villeneuve 2 a déposé le 7 avril 2015 une demande d'enregistrement de marque n°15 4 171 732 portant sur le signe alphanumérique V2 pour désigner en classes 16, 35, 36, 38, 39, 41, 42 et 43, les produits et services suivants.

**Classe 16**

Produits de l'imprimerie ; imprimés ; brochures ; revues ; périodiques ; livres ; journaux ; catalogues ; lettres d'information ; crayons ; stylos ; calendriers ; prospectus ; publications ; fiches ; cartes ; papier ; cartons ; photographies ; dessins ; affiches ; reproductions graphiques ; papeterie ; matières plastiques pour l'emballage (non comprises dans d'autres classes), à savoir sacs, sachets, films et feuilles ; papiers d'emballage ; sachets et sacs [enveloppes, pochettes] pour l'emballage [en papier ou en matières plastiques] ; papier cadeaux ; enseignes en papier ou en carton ; bons (imprimés) d'achat ; bons (imprimés) destinés à être échangés contre des produits ou des services ; bons (imprimés) à valoir sur l'achat de produits ou de services ; coupons (imprimés) de réduction ; chèques-cadeaux (imprimés) de paiement ; cartes (imprimés) promotionnelles ; cartes (imprimées) de fidélité ; cartes (imprimées) d'abonnement ; billets (tickets) ; carnets de chèques et chèques ; cartes de paiement en plastique ou en carton sans code magnétique ; boîtes en carton faisant office de coffrets-cadeaux ; bons cadeaux à des fins publicitaires ou commerciales.

**Classe 35**

Gestion administrative de lieux d'exposition ; services d'organisation d'expositions, de salons, de foires et de toutes manifestations à buts

commerciaux ou de publicité ; services d'organisation de concours à buts promotionnels avec ou sans distribution de prix ou attribution de récompenses ; conseils et achats pour le compte de tiers ; études de marché et analyses de marché ; distribution de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons ; coffrets-cadeaux) ; organisation d'opérations promotionnelles en vue de fidéliser la clientèle ; organisation de campagnes promotionnelles régionales ou nationales ; services de gestion commerciale de cartes à usage non financier en vue de fidéliser la clientèle ; promotion des ventes pour des tiers ; services de conseil en communication d'affaires pour permettre d'assister, de gérer et accompagner les entreprises et collectivités locales dans la définition et la mise en œuvre de leur politique de communication ; bureaux de placement ; audits d'entreprise (analyses commerciales) ; services d'intermédiation commerciale (conciergerie) ; conseil en Marketing, conduite, gestion administrative de projets de Marketing et de développement commercial, conseil en stratégie, Marketing globale, services de mercatique dans le domaine des affaires ; sondage d'opinion ; prévisions économiques ; prévisions des ventes ; services de présentation et de démonstration de produits et de services dans un but promotionnel ou publicitaire ; relations publiques ; informations statistiques ; analyse et compilation de statistiques ; sélection de produits et/ou services (pour des tiers) en vue de leur promotion ; émission de bons cadeaux à des fins publicitaires ou commerciales ; services de fidélisation liés ou non à l'utilisation d'une carte ; services de cartes de fidélité ; promotion de ventes pour le compte de tiers par la distribution de bons cadeaux ; services de publicité ; diffusion de messages publicitaires sur tous supports y compris numériques, de petites annonces publicitaires et petites annonces pour l'emploi, y compris sur le réseau Internet ; agence de publicité ; planification, achat et négociation d'espaces publicitaires ; aide à la direction des affaires ; conseils en organisation et direction des affaires ; gestion des affaires commerciales ; expertises en affaires ; conseils, informations et renseignements d'affaires ; administration commerciale ; services de bureaux ; recherche et conseils dans le domaine des médias ; estimation en affaires commerciales ; analyse du prix de revient ; démonstration de produits ; publication de textes et/ou d'images publicitaires ; distribution de matériel publicitaire (tract, prospectus, imprimés, échantillons) ; services de gestion de fichiers informatiques ; publicité par correspondance, radiophonique, télévisée, en ligne sur un réseau informatique ; courrier publicitaire ; location de temps publicitaire sur tout moyen de communication, de matériel publicitaire, d'espaces publicitaires notamment sur le réseau Internet ; régie publicitaire ; services d'édition de prospectus publicitaires ; service de mise en relation des entreprises pour la réalisation d'opérations diverses en matière commerciale, financière, publicitaire, administrative ; services de mise en relation commerciale de clients avec des prestataires de services, notamment dans le cadre de centres commerciaux ou de galeries marchandes ; services d'abonnement à des journaux pour des tiers ; services d'affichage ;

décoration de vitrines ; présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail; services d'intermédiation commerciale (conciergerie), y compris les études, les consultations, les informations, les conseils et l'assistance y relatifs ; regroupement pour le compte de tiers (à l'exception du transport) des produits suivants : articles de beauté, de soin et d'hygiène de la personne et des animaux, de parfumerie et des cosmétiques, d'habillement et d'accessoires de mode (à savoir sous-vêtements, lingerie, chaussures, bonnets, écharpes, foulards, ceintures, gants, cravates, boutons de manchette, nœuds papillon), produits textiles (à savoir tissu, linge de table, linge de lit, linge de bain, linge de cuisine et de ménage), articles de mercerie, maroquinerie, bijouterie, horlogerie, articles de lunetterie, produits pour la décoration intérieure et extérieure (à savoir bibelots, cadres, miroirs, vases, tapis, bougeoirs, boîtes, abat-jours, vide-poches, patères, porte-manteaux, plantes, fleurs), meubles, produits des arts de la table (à savoir vaisselle, couverts, ustensiles de cuisine), linge de maison, produits pour l'aménagement et l'équipement (intérieurs et extérieurs) de la maison (à savoir luminaires, pots, meubles de jardin, stores, rideaux), produits de jardinage, produits de bricolage, outillage, produits pour le divertissement et les loisirs (à savoir jeux vidéo, jouets, cinémas, manèges, parcs aquatiques), articles de sport, jeux, produits pour le voyage (à savoir guides, bagages), appareils et instruments photographiques et cinématographiques, presse (produits de l'imprimerie), produits de l'édition (ouvrages), produits dans le domaine de la musique (à savoir instruments de musiques, casques et écouteurs, baladeurs numériques, enceintes, chaînes hifi, CD, radios, réveils), articles de papeterie, produits électroménagers, matériel audiovisuel (à savoir téléviseurs, lecteurs DVD, caméras, vidéoprojecteurs, lecteurs), téléphones (y compris les téléphones mobiles), matériel informatique, permettant aux clients de voir et d'acheter ces produits par tout moyen, et notamment dans les magasins de vente au détail, dans un centre commercial ou dans les grands magasins, dans un catalogue général de marchandises de vente par correspondance, ou sur un site Internet, à la télévision ou par toute autre forme de média électronique de télécommunication.

### **Classe 36**

Assurances ; affaires immobilières ; affaires financières, monétaires et bancaires ; gestion financière de tous types d'espace ; analyse financière ; crédit-bail, émission de bons de valeur, cautions (garanties) ; consultation en matière financière ; estimation financière (banque, immobilier) ; constitution et placement de fonds, transfert électronique de fonds, investissement de capitaux, parrainage financier, services bancaires et financiers par réseau de communications informatiques ; prêts sur gage ; gérance de portefeuille ; services de crédit ; courtage en biens immobiliers ; location de bureaux (immobilier), de locaux à usage commercial et de centres de congrès et d'exposition et locaux annexes ; gestion immobilière d'immeubles, de locaux à usage commercial, de centres

de congrès et d'exposition et locaux annexes ; recouvrement de loyers ; agences de recouvrement de créances ; affacturage ; agences de crédit, agences de change ; service de financement ; transactions financières ; agences immobilières (courtage immobilier et location de fonds de commerces et d'immeubles) ; expertise immobilière ; évaluation (estimation) de biens immobiliers ; émission de chèques de voyage et de lettres de crédit ; collecte de bienfaisance ; services de cartes de crédit ; services financiers rendus aux détenteurs de cartes de fidélité ; services de cartes à usage financier, procurant des avantages financiers sous forme de réduction, octroi de bonus ou de points, au prorata des montants des achats effectués ; informations financières dans le domaine des expositions et notamment relatives à l'organisation d'expositions ; émission, compensation et mise à disposition de coupons, de titres de services, de chèques de voyage, de cartes de réduction, de cartes cadeaux, de chèques cadeaux, de bons d'achat, de cartes de fidélité (services financiers) ; services de cartes de fidélité (autres qu'à but publicitaire) permettant de capitaliser des avantages.

### **Classe 38**

Services de télécommunication (y compris les informations, les conseils, les études, les consultations et l'assistance y relatifs) ; services d'affichage électronique (télécommunications) ; agence de presse et d'information (nouvelles) ; services de transmission de bons d'achat, de bons à valoir sur l'achat de produits ou de services, de bons destinés à être échangés contre des produits ou des services, de coupons de réduction, de chèques-cadeaux, de cartes-cadeaux de paiement, de codes promotionnels, de cartes promotionnelles, de cartes de fidélité, de cartes d'abonnement, de billets (tickets), de cartes de débit et de crédit, de cartes de paiement, assistés par ordinateur (y compris les informations, les conseils, les études, les consultations et l'assistance y relatifs) ; transmission et diffusion de données, de logos, de sonneries, de jeux, de messages, de photographies, de dépêches, d'images fixes et/ou animées, de films, de vidéos, de sons, de chansons, de musiques, de textes, de logiciels et de programmes multimédias, notamment au moyen des réseaux de communication mondiale (de type Internet) ou à accès privé ou réservé (de type Intranet ou Extranet) (y compris les informations, les conseils, les études, les consultations et l'assistance y relatifs) ; transmission et diffusion de bons d'achat, de bons à valoir sur l'achat de produits ou de services, de bons destinés à être échangés contre des produits ou des services, de coupons de réduction, de chèques-cadeaux, de cartes-cadeaux de paiement, de codes promotionnels, de cartes promotionnelles, de cartes de fidélité, de cartes d'abonnement, de billets (tickets), de cartes de débit et de crédit, de cartes de paiement, notamment au moyen des réseaux de communication mondiale (de type Internet) ou à accès privé ou réservé (de type Intranet ou Extranet) (y compris les informations, les conseils, les études, les consultations et l'assistance y relatifs) ; communication par terminaux d'ordinateurs, communication audiovisuelle à savoir

communication par des techniques utilisant le son et/ou l'image ; communications télégraphiques, radiophoniques, téléphoniques et télévisuelles ; services de transmission et de diffusion d'informations, d'images, de sons par voie télématique, audiovisuelle, téléphonique, électronique, notamment par des réseaux de télécommunication mondiale de type Internet ou à des accès privés ou réservé de type Intranet ; service de messageries informatiques, électroniques, télématiques ; courrier électronique ; diffusion, transmission de petites annonces y compris sur le réseau Internet, services de mise à disposition de forums de discussion sur Internet, communication entre terminaux d'ordinateurs ; transmission d'informations accessibles 'par code d'accès à des bases de données et à des centres serveurs de bases de données informatiques ou télématiques ; transmission et diffusion d'informations sur réseaux numériques de communication ou par réseaux d'ordinateurs ; location de temps d'accès à un système informatique ; location de temps d'accès à des bases de données et à des serveurs de bases de données, notamment pour les réseaux de communication mondiale de type Internet ou d'accès privé ou réservé de type Intranet services de téléchargement de données (informations, images, sons) par un réseau informatique mondial, par ordinateurs reliés en réseau et par le biais d'un site informatique sur les réseaux de communication; service de téléchargement de publications électroniques.

### **Classe 39**

Transport ; organisation de voyages et d'excursions ; informations en matière de transport; distribution de journaux ; location de garages ou de places de stationnement ; location de véhicules ; services de taxis ; services de chauffeurs ; livraison de colis, de marchandises ; distribution du courrier, distribution (livraison) de produits, livraison de fleurs ; assistance en cas de pannes de véhicules (remorquage) ; services de parcs de stationnement ; réservation de places de voyage ; visites touristiques.

### **Classe 41**

Services de formation, d'éducation, y compris dans les domaines de la logistique, du Marketing, de la gestion du service clients, de la promotion des ventes, de la récompense, de l'encouragement, de la fidélisation et du développement de la clientèle ou du personnel ; services de divertissement ; informations et conseils en matière de divertissement et de mise à disposition d'installation de loisirs et notamment informations et conseils aux visiteurs ou clients de centres commerciaux et galeries commerçantes ; exploitation de salles de jeux ; jardins et parcs d'attraction ; services de mise à disposition d'installations de loisirs ; services de billetterie (divertissement) ; organisation et conduite de conférences, de colloques, d'ateliers, de congrès, de séminaires ; organisation de loteries et concours (éducation ou divertissement) ; production de films et de films sur bandes vidéo, d'émissions de radio, de divertissements radiophoniques et télévisés ; montage de bandes vidéo, de

programmes radiophoniques et de télévision ; activités sportives et culturelles ; informations en matière de divertissement ou d'éducation ; recyclage professionnel ; location de films cinématographiques mise à disposition d'installations de loisirs ; prêt de livres ; location d'enregistrements sonores ; location de postes de télévision ; location de décors de spectacles ; montage de bandes vidéo ; services de photographie ; services de jeu proposés en ligne à partir d'un réseau informatique ; service de jeux d'argent ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne ; microédition ; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs ; organisation de compétitions sportives ; organisation et production de spectacles (services d'imprésario) ; planification de réceptions (divertissement) ; publication de livres et de textes (autres que publicitaires) ; services d'édition de livres, de guides de manuels d'instruction, de catalogues, de lettres d'information, de brochures explicatives, sur tous supports, y compris électroniques ; services d'interprétariat.

#### **Classe 42**

Services d'architecture, services de décoration intérieure ; services de conseillers en architecture, y compris architecture de centres commerciaux ; conseils en matière de construction à savoir établissement de plans pour la construction ; urbanisme et urbanisme commercial ; création graphique et élaboration de supports de communication en tant qu'aide visuelle pour ladite création graphique ; services d'études de projet technique pour la construction, la décoration, l'agencement, l'équipement de tous bâtiments et édifices permanents ou temporaires ; recherche et développement de nouveaux produits pour des tiers ; services de dessinateurs pour emballages ; services de dessinateurs d'arts graphiques ; services de dessinateurs industriels ; stylisme esthétique industriel ; services d'ingénieurs (expertises dans la domaine des travaux publics et des travaux de génie civil), bureaux d'études techniques ; consultations techniques en matière de travaux publics à savoir établissement de plans pour la construction ; travaux de génie civil rendus par des ingénieurs ; services informatiques, à savoir hébergement en ligne d'infrastructures du Web pour le compte de tiers pour organiser et conduire en ligne des réunions, des rassemblements, et des déchets et discussions interactifs ; services informatiques, à savoir hébergement de pages Web personnalisées proposant des informations définies par l'utilisateur, des profils et informations personnels ; services de programmation informatique, de programmation pour ordinateurs et de programmation de bases de données ; services d'ingénierie d'applications sur grands et moyens systèmes informatiques ; consultations, expertises et conseils techniques en matière d'ordinateurs, de programmation pour ordinateur, et dans le domaine de l'informatique ; création et entretien de sites Web pour le compte de tiers ; services d'hébergement de sites Internet et de données informatiques sur un réseau mondial ou local d'ordinateurs ; informations en matière informatique ; travaux d'ingénieurs, consultations professionnelles et établissement de plans

sans rapport avec la conduite des affaires, à savoir services de bureau d'études et d'audit dans les domaines de l'implantation de systèmes informatisés et de la création et du développement de programmes d'ordinateurs, de sites informatisés ; services de conception, de programmation, d'installation, de gestion et d'hébergement de sites informatisés destinés à des réseaux de communication par ordinateur ; études de projets techniques, expertises (travaux d'ingénieurs) ; recherche et développement de produits nouveaux pour des tiers ; contrôle de qualité ; essais de matériaux ; conception de logiciels.

### **Classe 43**

Services de restauration (alimentation) ; hébergement temporaire ; cafés-restaurants, cafétérias, restaurants à service rapide et permanent (snack-bar), restaurants libre-service ; services de bars ; services de traiteurs ; agence de logement (hôtels, pensions) ; location de logements temporaires ; réservation de logements temporaires ; cantines ; location de structures mobiles pour tous types d'événements, de tentes, de salles de réunions, de congrès ; location de mobiliers, location de chaises, tables, linges de table, verrerie ; location de constructions transportables.

Le 22 juillet 2015, l'INPI a notifié au déposant une objection provisoire à enregistrement du signe déposé à titre de marque aux motifs que :

- le signe "V2" ne serait pas susceptible, appliqué aux produits et services susvisés, de les distinguer de ceux d'une autre entreprise ;
- le signe "V2" serait usuellement utilisé pour désigner la seconde version d'un produit ou service, la lettre V étant alors comprise comme l'initiale du mot "version"
- le signe "V2" ne pourrait être appréhendé de ce fait comme une marque et doit rester disponible à l'ensemble des acteurs économiques.

Le 9 septembre 2015, le déposant a présenté des observations contestant le bien-fondé de la notification émise.

Le 14 décembre 2018, l'INPI a notifié au déposant un projet de décision statuant au maintien de son objection à enregistrement pour l'ensemble des produits et services désignés par la demande de marque.

Le déposant a présenté des observations en réponse le 14 février 2019, contestant le bien-fondé de ce projet provisoire de refus d'enregistrement total de la marque V2.

Aux ternies de sa décision du 9 décembre 2020, l'INPI, confirmant son projet initial, a intégralement rejeté la demande d'enregistrement de la marque "V2" n° 15 4 171 732 pour défaut de caractère distinctif au regard des produits et services visés par le dépôt.



Le 11 janvier 2021, l'Union de syndicats de copropriété du centre commercial Villeneuve 2 a formé un recours contre cette décision

Par conclusions au soutien de son recours, **l'Union de syndicats de copropriété du centre commercial Villeneuve 2**, au visa des articles L.711-1 et L.711-2 du code de la propriété intellectuelle, demande à la cour de :

*A titre principal :*

-juger que la demande d'enregistrement n° 15 4 171 732 portant sur le signe verbal "V2" ne contrevient pas aux dispositions des articles L. 711 -1 et L.711-2 du code de la propriété intellectuelle prohibant l'enregistrement de signe non distinctif à titre de marque ;

En conséquence,

- annuler la décision rendue le 9 décembre 2020 par M. le Directeur de l'INPI en ce qu'elle a intégralement rejeté la demande d'enregistrement ;

- enregistrer la marque V2 en lien avec les produits et services visés par la demande numéro 15 4 171 732 en classes 16, 35, 36, 38, 39, 41, 42 et 43.

- dire que l'arrêt à intervenir sera notifié par M. le Greffier à M. le Directeur général de l'INPI par lettre recommandée avec avis de réception.

*A titre subsidiaire :*

- juger que la demande d'enregistrement n° 15 4 171 732 portant sur le signe verbal "V2" a acquis un caractère distinctif du fait de son usage continu en lien avec les produits et services visés par l'enregistrement ;

En conséquence,

- annuler la décision rendue le 9 décembre 2020 par M. le Directeur de l'INPI en ce qu'elle a intégralement rejeté la demande d'enregistrement ;

- enregistrer la marque V2 en lien avec les produits et services visés par la demande numéro 15 4 171 732 en classes 16, 35, 36, 38, 39, 41, 42 et 43.

- dire que l'arrêt à intervenir sera notifié par M. le Greffier à M. le Directeur général de l'INPI par lettre recommandée avec avis de réception.

Elle fait valoir notamment :

- le signe V2 est intrinsèquement distinctif au regard des produits et services visés par la demande de marque ;

- l'appréciation subjective et abstraite de l'INPI selon laquelle le signe dans son ensemble ne sera appréhendé que comme indiquant qu'il s'agit d'une seconde version des produits et services, ne résiste pas à l'analyse in concreto à laquelle l'INPI aurait dû se livrer ;

- à titre subsidiaire, le signe V2 a, à tout le moins, acquis un caractère distinctif par l'usage.

Aux termes de ses observations du 8 juin 2021, **le directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle** demande de juger

que la décision objet du recours refusant l'enregistrement du signe V2 est bien fondée, au motif d'une part que seul l'article L.711-1 sert de fondement à la décision, que le signe V2 est dépourvu de tout caractère distinctif. Il soutient également que le recours est dépourvu d'effet dévolutif, la requérante ne pouvant soumettre à l'appréciation de la cour des éléments nouveaux, notamment l'acquisition du caractère distinctif par l'usage.

Le procureur général, par observations du 15 juillet 2021, a conclu "à la confirmation" de la décision rendue le 9 décembre 2020 par l'INPI au motif que V2 n'est pas un signe identifié et n'est connu comme tel que des habitants de l'agglomération lilloise.

## **MOTIFS DE LA DÉCISION**

### **1- sur les textes applicables**

Aux termes de l'article L.711-1 du code de la propriété intellectuelle dans sa version antérieure à l'ordonnance n°2019-1169 du 13 septembre 2019, la marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale

Peuvent notamment constituer un tel signe :

- a) Les dénominations sous toutes les formes telles que : mots, assemblages de mots, noms patronymiques et géographiques, pseudonymes, lettres, chiffres, sigles ;
- b) Les signes sonores tels que : sons, phrases musicales ;
- c) Les signes figuratifs tels que : dessins, étiquettes, cachets, lisières, reliefs, hologrammes, logos, images de synthèse ; les formes, notamment celles du produit ou de son conditionnement ou celles caractérisant un service ; les dispositions, combinaisons ou nuances de couleurs.

Cette disposition s'interprète à la lumière de l'article 3 § 1<sup>er</sup> de la directive CE n° 2008/95 du Parlement et du Conseil de l'Union européenne du 22 octobre 2008 qui dispose que sont refusés à l'enregistrement [...] les marques qui sont dépourvues de caractère distinctif.

Ainsi, le caractère distinctif auquel doit satisfaire un signe pour pouvoir être enregistré est une exigence autonome qui ne se déduit pas seulement du fait que ce signe ne serait ni générique ni descriptif des qualités des produits et services visés par son enregistrement.

Pour pouvoir être adopté à titre de marque, un signe doit notamment

être en lui-même apte à distinguer les produits et services d'une entité par rapport à ses concurrents.

Dès lors, un signe ne peut être enregistré que s'il est réellement perçu comme indiquant l'origine commerciale des produits ou services qu'il vise.

Cette exigence de distinctivité a pour finalité de s'assurer que la marque exerce sa fonction essentielle en permettant au consommateur d'identifier l'origine commerciale des produits et services et de les distinguer de ceux provenant d'entreprises concurrentes.

Il convient de constater que seul l'article L.711-1 du code de propriété intellectuelle sert de fondement à la décision objet du recours, de sorte qu'est inopérante l'argumentation développée par l'appelante sur le fondement de l'article L.711-2 a et b dudit code.

## **2- sur le caractère distinctif ou non du signe V2**

L'INPI considère que le signe alphanumérique "V2" présenté sous une forme exclusivement verbale, est le diminutif usuel de l'expression "version 2", le V étant l'initiale du terme "Version", qu'appliqué aux produits et services objet de l'enregistrement, il sera perçu comme désignant une seconde version de ceux-ci, c'est à dire une version améliorée. L'INPI indique que l'expression se réfère notamment au domaine de l'informatique et des télécommunications pour désigner la 2<sup>ème</sup> version d'un matériel, d'un protocole ou d'un logiciel selon Wikipédia, et s'applique à toutes sortes de produits.

L'union de syndicats de copropriété du centre commercial Villeneuve 2 conteste cette analyse, estimant que l'INPI est ainsi parti d'un préjugé, sans se livrer à une analyse in concreto à laquelle elle aurait dû se livrer.

En l'espèce, les produits et services, désignés en classes 16, 35, 36, 38, 39, 41, 42 et 43 et énumérés de façon exhaustive dans l'exposé du litige, visés par la demande d'enregistrement concernent :

- classe 16 : produits de l'imprimerie et autres
- classe 35 : services de gestion administrative
- classe 36 : services d'assurances
- classe 38 : services de télécommunications
- classe 39 : services d'organisation de voyages et transport
- classe 41 : services de formation et de conseil notamment pour des visiteurs ou clients de centres commerciaux ou encore des services de billetterie ou de conférence
- classe 42 : des services d'architecture ou de décoration
- classe 43 : services de restauration.

Il ne peut être considéré que le signe V2 puisse induire pour le

consommateur raisonnablement attentif et avisé la notion de "seconde version meilleure que la précédente" comme l'indique l'INPI, le signe V2 ne décrivant pas ces services ni une caractéristique de ces services et n'ayant pas ce sens de "seconde version meilleure que la première" en lien avec le produit ou le service concerné pour signifier qu'il en constitue une "seconde version".

L'INPI donne des exemples tels que "lampemètrev2version2", "BD Forêt version 2", "Version V2 de la CCAM rectificatif". Or, pour admettre que des versions successives puissent caractériser un produit, le terme V2 doit être accompagné du terme développé "version" pour être compris comme ayant la signification de "seconde version meilleure que la première" par un consommateur moyen.

En outre, les exemples ainsi donnés concernent un produit nommé, un objet technologique, une œuvre ou un document administratif, pour lesquels le consommateur moyen peut éventuellement considérer que ces produits font l'objet de versions successives les caractérisant.

Il en résulte que le signe V2 pour être compris sans conteste comme signifiant une seconde version doit être accompagné du nom du produit qu'il qualifie de "V2/2<sup>o</sup> version" - dont l'appelante donne des exemples dans ses écritures (p. 10) - mais seul, il n'est pas établi qu'il signifie pour un consommateur moyen une "seconde version", en outre rapporté à des services qui ne peuvent être caractérisés par des versions successives, tels que la gestion administrative, les assurances, la gestion de centres commerciaux comme en l'espèce.

En conséquence, le signe V2 remplit bien la fonction essentielle d'une marque de permettre de distinguer l'origine commerciale des produits et services de l'appelante de ceux de ces concurrents, le signe V2 n'étant pas en soi "une mention informative indiquant que les produits et services sont encore meilleurs" et donc laudative comme l'affirme l'INPI.

Le signe V2 est en effet susceptible d'avoir d'autres significations, comme il résulte d'une recherche sur le nom V2 sur les moteurs de recherche renvoyant notamment et essentiellement aux fiches Wikipédia des missiles balistiques et du centre de Villeneuve- d'Ascq V2.

Par ailleurs, si l'INPI affirme que l'appelante ne peut tirer argument de l'existence de précédents comportant la mention V suivi d'un numéro au motif qu'ils ne constituent pas des précédents contraignants s'agissant de marques accompagnées d'éléments distinctifs ou de marques de l'Union européenne, elle n'allègue pas non plus que ces marques verbales constituent des 1<sup>ère</sup>, 2<sup>ème</sup>, 3<sup>ème</sup>, 4<sup>ème</sup> et 5<sup>ème</sup> versions pour le consommateur.

L'analyse de l'INPI selon laquelle le terme V2 aurait une signification

informative et laudative ne peut être retenue. Elle permet bien au consommateur de s'assurer de l'identité d'origine des produits et n'est pas un obstacle aux opérateurs économiques souhaitant signifier l'amélioration de leurs produits et services comme l'attestent les exemples donnés par les parties.

Le caractère distinctif du signe V2 de la marque, est établi.

La décision du directeur général de l'INPI ayant rejeté la demande d'enregistrement de la marque "V2" n° 15 4 171 732 pour défaut de caractère distinctif au regard des produits et services visés par le dépôt, sera en conséquence annulée.

Il n'appartient pas à la cour de se prononcer sur la demande d'enregistrement de la marque V2, le recours contre les décisions du directeur général de l'INPI n'ayant pas d'effet dévolutif.

### **PAR CES MOTIFS**

**La cour,**

**Annule** la décision du directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle en date du 9 décembre 2020, ayant rejeté la demande d'enregistrement de la marque "V2" n° 15 4 171 732 pour défaut de caractère distinctif au regard des produits et services visés par le dépôt,

**Dit** que le présent arrêt sera notifié par les soins du greffe par lettre recommandée avec demande d'avis de réception aux parties et au directeur de l'Institut national de la propriété industrielle

Le greffier, Anaïs M, Le président, Catherine Bolteau-Serre