

BENELUX-GERECHTSHOF

COUR DE JUSTICE BENELUX

A 90/4/11

Arrest van 16 december 1991
in de zaak A 90/4

Inzake :

BURBERRYS

tegen

BOSSI

Procestaal : Nederlands

Arrêt du 16 décembre 1991
dans l'affaire A 90/4

En cause :

BURBERRYS

contre

BOSSI

Langue de la procédure : le néerlandais

LA COUR DE JUSTICE BENELUX

dans l'affaire A 90/4

1. Vu l'arrêt de la cour d'appel de La Haye du 1^{er} mars 1990 dans la cause n° 87/0589 de Burberrys Limited, dont le siège est à Londres, Royaume-Uni, appelante, intimée incidemment, contre Bossi S.P.A., dont le siège est à Carmeri, Italie ; Concordia N.V., dont le siège est à Waregem, Belgique ; Vereniging Fenecon, dont le siège est à Amsterdam, Pays-Bas ; Macintosh Falcon B.V., dont le siège est à Stein, Pays-Bas ; H. Berghaus B.V., dont le siège est à Amsterdam, Pays-Bas ; Lisaco N.V., dont le siège est à Hasselt, Belgique ; Wilhelm Blicher GmbH & Co K.G., dont le siège est à Karlsruhe, RFA ; Werther Intern. H.W. Meyer GmbH & Co, dont le siège est à Werther, RFA ; F.W. Brinkmann GmbH, dont le siège est à Herford, RFA ; P & C Groep N.V., dont le siège est à Rijswijk, Pays-Bas ; Superconfex B.V., dont le siège est à Stein, Pays-Bas et Superconfex N.V., dont le siège est à Genk, Belgique, intimées, appelantes incidemment, arrêt soumettant à la Cour Benelux, conformément à l'article 6 du Traité relatif à l'institution et au statut d'une Cour de Justice Benelux, des questions d'interprétation de la loi uniforme Benelux sur les marques (LBM) ;

QUANT AUX FAITS :

2. Attendu que l'arrêt de la cour d'appel permet d'énoncer comme suit les faits à propos desquels l'interprétation à donner par la Cour de Justice Benelux doit être appliquée :

a. Burberrys a déposé trois motifs à carreaux différents au Bureau Benelux des Marques à La Haye, où ils ont été enregistrés comme marques dans le registre Benelux, entre autres pour les tissus (classe des produits 24) et pour les vêtements (classe des produits 25), sous les numéros :

351957 le 16 mai 1978, le "motif à grands carreaux beiges",
380889 le 10 juin 1982, le "motif à petits carreaux beiges",
397701 le 21 juin 1984, le "motif à grands carreaux bleus".

Lors de chaque enregistrement, certaines couleurs ou teintes ont (sur pied de l'article 1-1-c du Règlement d'exécution de la LBM) été indiquées à titre d'élément distinctif. Pour les grands et les petits carreaux beiges ont été indiqués : le beige clair et le beige foncé, le gris, le noir et le rouge, le blanc ayant été indiqué en outre pour les petits carreaux beiges.

Pour les grands carreaux bleus : le rouge, le bleu foncé, le gris-bleu et le gris.

Les marques déposées se composent chacune d'une photo en couleurs d'un échantillon de tissu à carreaux. Dans l'ordre chronologique de l'enregistrement des dépôts, ces photos ont les dimensions suivantes :

± 20 ½	sur	± 17 ½	cm.
± 13	sur	± 16	cm.
± 20	sur	± 30	cm.

b. Burberrys utilise les trois motifs à carreaux précités entre autres comme dessin pour des tissus et pour des (parties de) vêtements, certains vêtements de Burberrys se vendant ou ayant été vendus aussi dans le Benelux sans aucun motif à carreaux ou revêtus d'un autre motif à carreaux. Burberrys utilise les dessins à carreaux en général en même temps que sa marque verbale Burberry(s) - enregistrée elle aussi dans le registre Benelux des marques - l'une de ses marques figuratives (verbales), parmi lesquelles surtout le chevalier équestre, appelé aussi "the device of an Equestrian knight in armour", également enregistrées dans le registre Benelux des marques.

c. Bossi et crts, qui étaient demanderesses en première instance, ont demandé en ordre principal d'annuler les dépôts n°s 351957, 380889 et 397701 effectués par Burberrys pour les tissus et les vêtements, y compris les bottes, les souliers et les pantoufles, relevant respectivement des classes de produits 24 et 25, et d'ordonner la radiation de leurs enregistrements.

d. Quatre des demanderesses originaires ont leur siège aux Pays-Bas mais en dehors de l'arrondissement de La Haye de sorte que leur "domicile" n'emporte pas la compétence du tribunal de La Haye en vertu de l'article 37A de la LBM. Ce tribunal était en revanche compétent à l'égard des demandes de P & C Groep N.V. (en vertu de la troisième phrase de l'article 37 sous A), cette demanderesse ayant son siège à l'intérieur de l'arrondissement cité. Selon les règles de la procédure interne néerlandaise, la compétence à l'égard des demandes de P & C Groep N.V. emporte la compétence dudit tribunal à l'égard des demandes des quatre demanderesses précitées, qui ont élu domicile à La Haye aux fins de la présente procédure.

e. Trois des demanderesses originaires ont leur siège en Belgique ; elles ont élu domicile à La Haye aux fins de la présente procédure. Selon les règles de la procédure interne néerlandaise, la compétence à l'égard des demandes de P & C Groep N.V. emporte la compétence du tribunal de La Haye à l'égard des demandes des trois demanderesses précitées ayant leur siège en Belgique.

3. Attendu que la cour d'appel a soumis les questions d'interprétation suivantes de la LBM :

Question I : L'article 37 de la LBM implique-t-il que, dans des circonstances telles que celles mentionnées sous le point d., le tribunal de La Haye n'est pas compétent pour connaître des demandes, en tant que fondées sur la LBM, qui ont été formées par les demanderesses établies aux Pays-Bas, mais hors de l'arrondissement de La Haye, contre Burberrys, dont le siège est situé en dehors du territoire Benelux ?

Question II : L'article 37 de la LBM implique-t-il que, dans des circonstances telles que celles mentionnées sous le point e., le tribunal de La Haye n'est pas compétent pour connaître des demandes, en tant que fondées sur la LBM, qui ont été formées par les demanderesses établies en Belgique, contre Burberrys, dont le siège est situé en dehors du territoire Benelux ?

Question III : La LBM protège-t-elle comme marque individuelle l'aspect d'un produit, au simple motif que, par cet aspect, le produit qui provient d'une entreprise déterminée se distingue des produits similaires provenant d'autres entreprises, ou cette protection nécessite-t-elle en outre que la fraction significative du public conçoive l'aspect spécifiquement comme un signe servant à distinguer le produit de l'entreprise ?

Question IV : Dans quel ordre de grandeur doit se situer le public destinataire du produit qui considère l'aspect comme un signe distinctif ou comme une marque ? Suffit-il par exemple, qu'une fraction non négligeable de ce public - donc (beaucoup) moins que la moitié - considère l'aspect comme tel, ou cette fraction doit-elle être nettement supérieure, dépasser la moitié, pour que l'aspect puisse bénéficier d'une protection en vertu de la LBM ?

Question V : Que faut-il entendre, à l'article 1^{er}, alinéa 1^{er}, de la LBM, par "formes de produits" ?

Question VI : Quand s'agit-il de "formes qui affectent la valeur essentielle du produit", au sens de l'article 1^{er}, alinéa 2, de la LBM ?

QUANT A LA PROCEDURE :

5. Attendu que conformément à l'article 6, alinéa 5, du Traité relatif à l'institution et au statut d'une Cour de Justice Benelux, la Cour a fait parvenir aux ministres de la Justice de Belgique, des Pays-Bas et du Luxembourg une copie, certifiée conforme par le greffier, de l'arrêt de la cour d'appel ;

6. Attendu que Burberrys et Bossi et crts ont déposé un mémoire ;

7. Attendu qu'à l'audience de la Cour du 4 mars 1991, les points de vue des parties ont été exposés verbalement par Me P.J.M. Steinhauser, avocat à Amsterdam, pour Bossi et crts et par Me R.E.P. de Ranitz, avocat à La Haye, pour Burberrys, qui ont déposé chacun une note de plaidoirie ;

8. Attendu que monsieur l'avocat général suppléant M.R. Mok a donné ses conclusions par écrit le 21 mai 1991 ;

QUANT AU DROIT :

A. La compétence territoriale en vertu de l'article 37 LBM (questions I et II).

9. Attendu que les questions I et II portent sur la compétence territoriale du tribunal en vertu de l'article 37 sous A, troisième phrase, lorsqu'une demande fondée sur la LBM est formée par plusieurs demandeurs et que ces demandeurs ont des "domiciles" différents à l'intérieur du territoire Benelux ;

10. que, cette situation n'étant pas formellement réglée par l'article 37, il faut, pour répondre aux questions posées, considérer la portée de cet article et le système qu'il consacre ;

11. que l'article 37 règle la compétence territoriale des tribunaux à l'intérieur du territoire Benelux "selon des principes qui sont la conséquence de l'unification du territoire des trois pays, en matière de marques" (Exposé des motifs commun, considérations particulières à l'article 37) ;

12. que l'Exposé des motifs commun ne précise pas de quels principes il s'agit, mais que l'on peut se reporter à cette fin au commentaire de l'article 11 du projet de convention rédigé par l'Association internationale pour la Protection de la Propriété industrielle (AIPPI), projet qui fait partie des documents auxquels il est permis d'avoir égard pour l'interprétation de la LBM (cf. les déclarations du représentant du gouvernement néerlandais, Conseil interparlementaire consultatif de Benelux, 15-4, p. 14) ;

13. que, commentant ladite disposition, qui a été reprise avec une seule modification à l'article 37, les auteurs du projet font observer qu'elle "s'applique à formuler des règles précises permettant de résoudre aisément tous les problèmes de compétence territoriale", tandis qu'ils notent à propos des articles 11 et 12 : "Ces articles constituent les corollaires indispensables de l'unification du territoire Benelux. Cette unification ne peut subsister qu'à la condition d'être soustraite aux risques de rupture par suite de jugements contradictoires." (Annexe du Bijblad voor de Industriële Eigendom (BIE) 1954, n° 1 p. 8/9) ;

14. que le système de l'article 37 répond à ce dernier objectif d'unification de la jurisprudence, notamment en ce que cet article dispose au paragraphe C que le tribunal devant lequel la demande principale est pendante connaît des demandes en garantie et des demandes en intervention et qu'il prévoit au paragraphe D une règle de renvoi quand des contestations identiques ou connexes sont pendantes devant des tribunaux de différents pays du Benelux ;

15. qu'il est en conformité avec ce qui précède d'admettre pour l'application de la troisième phrase de l'article 37 sous A que lorsqu'une demande "en matière de marques" est formée conjointement par plusieurs demandeurs devant un tribunal à l'intérieur du territoire Benelux, qui est compétent à l'égard d'un de ces demandeurs en vertu de la prédite disposition, ce tribunal soit également compétent à l'égard des demandes des autres demandeurs, si son droit national prévoit qu'en cas de pluralité de demandeurs, la compétence à l'égard de l'un emporte la compétence à l'égard des autres ;

16. qu'à défaut d'admettre ce qui précède, la conséquence de cette situation, inacceptable au regard des principes prémentionnés, serait de contraindre les autres demandeurs à soumettre leurs demandes à d'autres tribunaux à l'intérieur du territoire Benelux et à soit demander ensuite le renvoi, soit courir le risque de voir des tribunaux différents statuer, le cas échéant différemment, sur la même contestation ;

17. que, par conséquent, la question I comme la question II appellent une réponse négative ;

B. La marque en tant que signe à caractère distinctif (questions III et IV).

18. Attendu qu'il convient de rappeler d'abord qu'aux termes de l'article 1^{er}, alinéa 1^{er}, de la LBM, telle que cette disposition a été interprétée par la Cour, la marque est un signe qui peut servir à distinguer les produits d'une entreprise, c'est-à-dire, suivant la jurisprudence de la Cour, que ce signe doit posséder ou avoir acquis une individualité telle qu'il est propre à distinguer ce produit de produits similaires et à l'identifier à suffisance comme provenant d'une entreprise déterminée (voir les arrêts de la Cour dans les affaires A 76/1 - Centrafarm/Beecham, A 76/2 - Camping Gaz, A 80/3 - Kinder, A 81/4 - Juicy Fruit et A 83/4 - Adidas) ;

19. qu'il convient de rappeler en outre que, d'après la même jurisprudence, le "caractère distinctif" d'une marque ainsi défini constitue une grandeur non pas constante mais variable, à laquelle il faut avoir égard sous deux rapports : aussi bien lorsque l'on se demande si un signe peut être considéré comme une marque - susceptible de protection donc, dès lors qu'il a été régulièrement déposé - que lorsque l'on s'interroge sur l'étendue de cette protection ;

20. que, sous le premier rapport, il n'importe que de voir si le signe est apte à permettre au public concerné de reconnaître le produit comme provenant d'une entreprise déterminée, tandis que, sous le second rapport, il peut importer de savoir dans quelle mesure le signe remplit effectivement cette fonction auprès du public au moment à considérer ;

21. qu'il convient enfin de noter que la définition de la notion de marque, reproduite au n° 18 ci-avant, implique que le signe doit être propre à être perçu et reconnu comme tel par le public : un signe dépourvu de cette propriété - par exemple parce qu'il sera considéré comme un simple élément décoratif - ne peut servir à distinguer le produit de produits similaires (voir l'arrêt de la Cour dans l'affaire A 83/4) ;

22. Attendu que la cour d'appel a fait précéder sa question III d'un commentaire dont la Cour infère que la question III et la question IV, qui s'y rattache directement et n'est donc pas commentée séparément, visent une situation se caractérisant par le fait : (1) qu'une entreprise a déposé valablement comme marque "l'aspect" de son produit ; (2) que l'article 1^{er}, alinéa 2, n'empêche pas de considérer cet aspect comme une marque ; (3) qu'une fraction significative du public concerné reconnaît le produit, grâce à cet aspect, comme provenant de cette entreprise, mais (4) ne perçoit pas cet aspect comme un signe adressé par l'entreprise au public pour indiquer la provenance de son produit ;

23. que ni ce commentaire, ni la formulation des questions ne permettent de déterminer avec certitude sous lequel des deux rapport énoncés sous le n° 19 ci-avant la cour d'appel a besoin d'une réponse à ses questions III et IV, mais que la Cour déduit de l'intitulé des considérations par lesquels la cour d'appel introduit et commente sa question III ("sur la question III - la notion de marque") que la cour d'appel souhaite savoir si, dans un cas tel que celui décrit sous le n° 22 ci-avant, la circonstance que le public ne perçoit pas l'aspect du produit comme un signe adressé par l'entreprise au public pour indiquer la provenance de son produit empêche de décider que cet aspect a un caractère distinctif (suffisant) permettant de le considérer comme une marque et dès lors de le protéger à ce titre ;

24. qu'il suit des considérations énoncées sous le n° 20 ci-avant que cette question appelle une réponse négative, la circonstance que le public concerné (ou une fraction significative de celui-ci) reconnaît le produit, grâce à son aspect, comme provenant de l'entreprise permettant uniquement de conclure qu'il est satisfait à la condition de l'aptitude du signe à servir de signe de provenance ;

25. que cette dernière conclusion implique que l'aspect est propre à être perçu et reconnu comme tel, c'est-à-dire comme signe de provenance, par le public et qu'il n'est pas nécessaire ni permis de poser des exigences plus sévères, notamment celle que le public devrait être conscient que l'aspect a été spécifiquement conçu comme signe servant à distinguer le produit et à indiquer sa provenance ;

26. Attendu, enfin, que la question III étant comprise comme il est dit sous le n° 23 ci-avant, la question IV, qui s'y rattache directement, ne nécessite pas de réponse, parce que, sur le point de savoir si un signe peut être considéré comme une marque, il importe uniquement de savoir si le signe est apte à permettre au public concerné de reconnaître le produit comme provenant d'une entreprise déterminée et qu'il est sans intérêt dans ce cadre de rechercher l'importance de la fraction du public concerné qui reconnaît en fait, grâce à son aspect, le produit comme provenant de l'entreprise ;

C. Marques de formes : formes à deux ou à trois dimensions ? (questions V et VI)

27. Attendu que, comme le montre la connexité de la question V avec la question VI, la cour d'appel souhaite savoir par la question V si, à l'article 1^{er}, alinéa 1^{er} et alinéa 2, de la LBM on entend par les "formes de produits" uniquement des signes à trois dimensions ou bien si un dessin peut aussi être tenu pour une telle forme de produit ;

28. que le libellé de l'article 1^{er}, alinéa 1^{er}, qui énonce les "dessins" à côté des "formes de produits", indique que la notion de "formes" s'entend ici de signes à trois dimensions, mais que cette indication n'est pas décisive par elle-même pour déterminer le contenu à donner à la notion de "formes" figurant aux deux alinéas de l'article 1^{er} ;

29. qu'une fois cette question apparue, il est frappant de constater qu'elle n'a reçu de réponse formelle ni dans le texte de la LBM, ni dans l'Exposé des motifs commun des Gouvernements, ce qui s'explique toutefois aisément dans le contexte de l'évolution internationale du droit qui, précisément pendant les années d'élaboration de la LBM, a conduit à mettre un terme, par une décision favorable aux partisans des "marques de formes" au débat mené depuis des décennies sur la question de savoir si la forme d'un produit pouvait servir de marque pour ce produit, débat qui n'a cessé de porter exclusivement sur les formes à trois dimensions (voyez par ex. la définition de la marque adoptée par l'AIPPI en 1963 dans BIE 1963, p. 117) ;

30. qu'un écho de cette évolution se manifeste aussi dans l'Exposé des motifs commun qui commence par souligner que l'article 1^{er} "donne une définition plus large des marques de produits que celle admise actuellement par le droit interne et la jurisprudence des pays du Benelux" ;

31. que cette évolution s'exprime au demeurant avec plus de clarté dans le commentaire de l'article 1^{er} du projet de loi uniforme de l'AIPPI, mentionné sous les n^{os} 12 et 13 ci-avant, projet qui a précédé la LBM et dont les auteurs partaient de l'idée qu'aux Pays-Bas "une forme caractéristique de produit ou de conditionnement" n'était pas considérée jusqu'alors comme une marque valable, mais que la loi uniforme a voulu reconnaître les formes de produits ou de conditionnements comme des marques individuelles valables afin de préserver la pratique judiciaire existant sur ce point en Belgique et au Luxembourg, laquelle était plus conforme à l'évolution internationale du droit, considérant en outre qu'une des objections traditionnelles contre la reconnaissance de telles marques de formes était en grande partie écartée eu égard au développement de la photographie, qui permettait de reproduire aisément dans un registre les formes à trois dimensions (annexe BIE 1954, n^o 1, p. 10) ;

32. que les auteurs du projet de l'AIPPI ont envisagé exclusivement des "formes à trois dimensions", comme le démontre non seulement l'emploi de cette expression, mais aussi la référence aux conceptions admises à l'époque aux Pays-Bas, car, lorsqu'on lit dans Kort Begrip de Drucker-

Bodenhause (troisième édition, 1954), p. 76, que sont "impropres à servir de marque" : "la forme, la couleur ou toute autre caractéristique du produit (...) ou de son conditionnement", on n'y trouve que des exemples à trois dimensions : "la forme caractéristique (...) d'un morceau de savon, d'une boîte, d'un tube ou d'une bouteille ..." ;

33. que de même, les commentaires doctrinaux parus après l'introduction de la LBM avaient également coutume de désigner les marques de formes citées à l'article 1^{er} comme des signes à trois dimensions ;

34. que cette situation ne s'est modifiée et que la question prémentionnée ne s'est posée qu'après que la Cour, statuant dans les affaires A 83/4 (Adidas) et A 87/8 (Superconfex/Burberrys), se fut prononcée sur le critère à retenir pour décider si une forme affecte la valeur essentielle du produit au sens de l'article 1^{er}, alinéa 2, alors qu'aucune des deux affaires ne visait un signe à trois dimensions ;

35. que ces deux affaires n'avaient toutefois pas mis en cause la question de savoir si le signe considéré constituait une forme du produit au sens de l'article 1^{er}, alinéas 1^{er} et 2, comme la Cour l'a du reste formellement constaté dans l'affaire A 87/8, de sorte que la Cour n'a pu se prononcer sur ce point dans ces affaires et a dû considérer que l'interprétation qu'elle était appelée à donner s'appliquerait à un signe qui est considéré comme bidimensionnel (att. 9) ;

36. que, par conséquent, ces décisions n'apportent aucun argument à l'appui de la thèse que des signes à deux dimensions peuvent aussi être considérés comme des formes de produits ou de conditionnements ;

37. Attendu que la conception suivant laquelle la notion de "formes" à l'article 1^{er} de la LBM doit s'entendre en ce sens qu'elle comprend les formes à deux dimensions, repose principalement sur le commentaire de la notion employée à l'alinéa 2 : "formes qui affectent sa valeur essentielle" (du produit) ;

38. que ce commentaire n'apporte cependant pas en faveur de cette conception un argument suffisamment convaincant face aux indications étayant une autre conception qui se dégagent de la formulation et des travaux préparatoires du texte ;

39. que, en effet, en premier lieu, la référence au "droit des dessins et modèles" apparaissant dans ce commentaire a été interprétée par la Cour dans l'affaire A 87/8 en ce sens que ce "passage (...) a pour seul but (1) d'indiquer qu'il s'agit des formes esthétiques et (2) de préciser à ce sujet que, tout comme la possibilité d'obtenir un brevet ne constitue pas non plus le critère à retenir quant aux formes qui produisent des résultats industriels, la règle à suivre n'est pas de rechercher comment la forme considérée doit être envisagée au regard (...) du droit des dessins ou modèles (...)" ;

40. qu'en deuxième lieu, les deux autres exceptions citées à l'alinéa 2 de l'article 1^{er} : "les formes qui sont imposées par la nature même du produit" et les formes "qui produisent des résultats industriels" suggèrent des formes à trois dimensions plutôt que des signes à deux dimensions ;

41. qu'en troisième lieu, l'alinéa 2 a été interprété par la Cour en ce sens qu'il "n'a pas pour objet de régler le cumul des protections dérivant du droit des marques et des autres droits de la propriété intellectuelle, mais vise à protéger la liberté de chacun, face à un concurrent qui emploie une forme déterminée comme signe distinctif de ses produits, de donner à des produits similaires - afin d'en accroître la valeur - la même forme ou une forme ressemblante" (voir les arrêts dans les affaires A 76/1, 76/2 et 87/8) et que l'on saurait difficilement admettre qu'une telle protection eût été aussi jugée indispensable à l'égard des signes à deux dimensions ;

42. qu'en effet, de tels signes, communément appelés marques figuratives, constituent une catégorie de marques existant et acceptée de longue date pour lesquelles, à la différence de la conception admise par les auteurs de la LBM (et par d'autres ensuite) pour les marques de formes (trois dimensions), l'exigence du caractère distinctif est suffisante pour éviter que la liberté de commerce ne soit inconsidérément entravée par une protection illimitée, en droit des marques, de signes dont l'usage par autrui pour ses produits doit être raisonnablement permis ;

43. que, d'ailleurs, s'il en était autrement et à supposer que les exceptions prévues à l'alinéa 2 de l'article 1^{er} s'étendent aux "marques figuratives", on introduirait ce faisant, à l'égard de cette catégorie de marques, des limitations sévères et auparavant inexistantes dans le droit interne des trois pays, ce qui ne peut pas être admis eu égard notamment au commentaire de l'article 1^{er} cité sous le n° 30 ci-avant ;

44. que les considérations qui précèdent amènent à conclure qu'il faut répondre à la question V que l'on entend par "formes de produits" à l'article 1^{er}, alinéa 1^{er}, de la LBM les formes à trois dimensions des produits et que la question VI, posée subsidiairement, ne nécessite pas de réponse ;

QUANT AUX DEPENS :

45. Attendu qu'en vertu de l'article 13 du Traité relatif à l'institution et au statut d'une Cour de Justice Benelux, la Cour doit fixer le montant des frais exposés devant elle, frais qui comprennent les honoraires des conseils des parties pour autant que cela soit conforme à la législation du pays où le procès est pendant ;

46. que, selon la législation néerlandaise, les honoraires des conseils des parties sont inclus dans les frais qui sont mis à charge de la partie succombante ;

47. que, vu ce qui précède, les frais exposés devant la Cour doivent être fixés comme suit : pour Burberrys Limited à 2000 florins (hors T.V.A.) et pour Bossi et crts à 2000 florins (hors T.V.A.) ;

48. Vu les conclusions de monsieur l'avocat général suppléant M.R. Mok ;

49. Statuant sur les questions posées par la cour d'appel de La Haye par arrêt du 1^{er} mars 1990 ;

DIT POUR DROIT :

50. Sur les questions I et II :

Lorsqu'une demande "en matière de marques" au sens de l'article 37 sous A de la LBM est formée conjointement par plusieurs demandeurs devant un tribunal à l'intérieur du territoire Benelux, qui est compétent à l'égard d'un de ces demandeurs en vertu de la prédite disposition, et que le droit national de ce tribunal prévoit qu'en cas de pluralité de demandeurs, la compétence à l'égard de l'un emporte la compétence à l'égard des autres, l'article 37 implique que ce tribunal est également compétent à l'égard des demandes des autres demandeurs, même s'ils ne sont pas établis dans son ressort ;

51. Sur les questions III et IV :

L'aspect du produit d'une entreprise peut être protégé comme marque lorsqu'il peut servir à distinguer ce produit de produits provenant d'autres entreprises ; cette protection ne nécessite pas que la fraction significative du public conçoive l'aspect spécifiquement comme un signe adressé par l'entreprise au public pour indiquer la provenance de son produit ; sous ce rapport, est sans intérêt l'importance de la fraction du public concerné qui reconnaît en fait, grâce à son aspect, le produit comme provenant de l'entreprise ;

52. Sur la question V :

On entend par "formes de produits" à l'article 1^{er}, alinéas 1^{er} et 2, les formes à trois dimensions des produits.

Ainsi jugé par messieurs F. Hess, président, R. Soetaert, premier vice-président, S.K. Martens, second vice-président, H.L.J. Roelvink, P. Kayser, madame S. Boekman, monsieur R. Everling, juges, messieurs J. De Peuter, D. Holsters, juges suppléants,

et prononcé en audience publique à La Haye, le 16 décembre 1991, par monsieur S.K. Martens, préqualifié, en présence de messieurs M.R. Mok, avocat général suppléant, et C. Dejonge, greffier en chef suppléant.