

BGE 75 I 340

Bundesgericht (BGE), 1949-01-01, IT

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bge_75_I_340

FR: ATF 75 I 340

IT: DTF 75 I 340

Volltext

340 Verwaltungs- und Disziplinarrecht. siffatti casi (cfr. LEEMANN, Kommentar z. ZGB, Sachenrecht, note 12-15 all'art. 794). Ma anche se, come l' Autorita. cantonale di vigilanza ha ammesso, Ia. Banca dello Stato del Cantone Ticino avesse chiesto che l'ipoteca d'importo massimo fosse trasfor- mata in un'ipoteca a garanzia d'un mutuo fisso, l'istanza non potrebbe essere accolta. L'art. 799 cp. 2 CC, secondo cui il contratto di costituzione del pegno immobiliare richiede per la sua validita. l'atto pubblico, vale in linea di massima anche per la modificazione d'un atto ipotecario gia. esistente, eccettuate le stipulazioni complementari che liberano il gravato, quaJi, ad esempio, 10 sgravio dei pegno, la riduzione della somma garantita (LEEMANN, Kommentar z. ZGB, Sachenrecht nota 52 e seg. all'art. 799 CC). La trasformazione di un'ipoteca d'importo massimo in un'ipoteca a garanzia d'un mutuo fisso non porta seco una siffata liberazione, ma ha come conseguenza, anche se il debito non e aumentato, Ia trasformazione dell'attuale specie di pegno. Anzi, in concreto, dalla trasformazione risulterebbe un aumento del debito, poiche all'attuale ammontare massimo di 2740 fr. veITebbero ad aggiungersi gli interessi dei mutuo. Una siffatta modifi- cazione potrebbe essere adunque pattuita soltanto nella forma prevista dall'art. 799 cp. 2 CC (cfr. Giurisprudenza delle autorita. amministrative della Confederazione, anno 1938, fascicolo 12, pag. 82-83). 11 Tribunale tederale pronuncia : TI ricorso e respinto. 57. Ardt de Ja Ie Cour civile du 29 novembre 1949 dans la Gause Suehard Holding S. A. contre Bureau fMeral de la propriete inteJlectueJle. Marque de fabriq'Ui. Tranafert (art. 11 LMF). Enregistre'l'l'W'nt au . nom du cB8sionnaire (art. 7, 7bis et 16 LMF). Non-cessibiliM de 180 marque sans l'entreprise ; principe et excep- tions (consid. 2). Registerse.chen. N0 57. 341 Cession d'une marque de fabrique par une socieM d'exploitation a. une socieM holding qui Ia contröle et a qui appartient deja. le procooe de fabrication des produits munis de 180 marque, celle-ci devant continuer a. etre utilisee par 180 socieM d'exploitation en vertu d'une licence (consid. 3). Conditions auxquelles une socieM holding est autorisee a. faire enregistrer en son nom des marques individuelles destinees a. des produits fabriques ou mis dans le commerce par des societes- flies. sans s'exposer a l'action en radiation pour non-usage de l'art. 9 LMF (consid. 4). Fabrikmn,rken, Uebertragung (Art. 11 MSchG). Eintragung auf den Namen des ZB8sWnars (Art. 7, 7bis, 16 MSchG). Nichtübertragbarkeit der Marke ohne das Unternehmen; Grund- satz und Ausnahmen (Erw. 2). Übertragung einer Marke durch eine Betriebsgesellschaft auf die Holdinggesellschaft, von der sie kontrolliert wird und der bereits das Fabrikationsverfahren der mit der Marke ver- sehenen Produkte gehört, wobei die Marke auch weiterhin von der Betriebsgesellschaft gebraucht werden soll auf Grund einer Lizenz (Erw. 3). . Voraussetzungen, unter denen eine Holdinggesellschaft befugt ist, auf ihren Namen individuelle, für die Erzeugnisse oder Handelswaren von Tochtergesellschaften bestimmte Marken eintragen zu lassen, ohne sich dabei der Gefahr einer Löschungs- klage wegen Nichtgebrauchs (Art. 9 MSchG) auszusetzen (Erw. 4). Marche di fabbrica. Trasferimento

(art. 11 LMF). Iscrizione al nome deZ CB8sionarw (art. 7, 7bis, 16 LMF). IncredibilitB. della marca senza l'azienda; principio ed eccezioni (consid. 2). Cessione d'una marca di fabbrica da parte d'una societB. di sfrutta- mento ad una societa. holding ehe 180 controlla e alla quale appartiene gia il procedimento di fabbricazione dei prodotti muniti della marca, 180 quale deve continuare ad essere utiliz- zata daJla societa di sfruttamento in virtu d'una licenza (consid. 3). Condizioni, alle quali' una societa holding e autorizzata 80 fare iscrivere a BUO nome marche individuali destillate 80 prodotti fabbricati 0 messi in commercio da societa affiliate senz'esporsi all'azione di cancellazione per mancato uso a norma. dell'art. 9 LMF (consid. 4). A. - Philippe Suchard pere a crOO en 1826 a Serrieres (NeuchateI) une fabrique de chocoJat. L'entreprise s'est considerablement developpee en Suisse et a.l'etranger. Elle a pris enfin la forme d'une societ6 anonyme, ({ Suchard Societ6 anonyme », avec siege a. Neuchatel, et ayant pour but, d'apres l'art. 3 al. 1 des statuts du 30 octobre 1926, ({ la preparation, la fabrication et la vente du cacao, des diver~es especes de chocolat et de tons articles similaires », avec la possibilite de « creer elle-meme d'autres entreprises 342 Verwaltungs. und Disziplinarrecht. analogues et (de) s 'interesser directement ou indirectement A toutes afiaires de meme nature deja existantes ou nou- velles ». Par une revision statutaire du 11 decembre 1930, cette societe anonyme s'est transformee en une holding avec siege 8. Liestal. L'art. 3 des nouveaux statuts declare : «La SocieM a pour objet de prendre des participations da.ns toutes entreprises de l'industrie et du commerce de chocolats, de ca.caos et de tous articles similaires. a.insi que da.ns toutes entre- prises de l'industrie et du commerce de matieres premieres ou da produits employes dans l'industrie et le commerce de chocolats. de ca.caos et de produits similaires. Elle peut creer des entreprises analogues et s'interesser directement ou indirectement 8. toutes affaires de meme nature dejA existantes ou nouvelles. Elle a qualite pour creer ou acquerir dans la. suite tous etablissements similaires OU rentrant dans le but prevu au premier alinea du present article. La Societ6 peut entreprendre toutes operations en connexite directe ou indirecte avec le but ci-dessus ou le place- ment de ses fonds.» La holding a aussit6t apporte 8. une societe anonyme, nouvellement creee le 18 d6cembre 1930, la c(Chocolat Suchard Societ6 anonyme » avec siege 8. NeuchateI, tout le materiel de fabrication, tous les approvisionnements et creances constituant l'actif engage dans i'usine de Serrieres ; tout le passif concernant cette usine a et6 repris par la nou- velle societe anonyme, qui s'est donne pour but «la pre- paration, la fabrication et la vente du cacao, des diverses especes de chocolat et de tous articles de confiserie ». Avant de procoer a. ces transformations, Jes dirigeants de l'entreprise s'etaient rellileignes aupres du Bureau federal de la proprieM intellectuelle au sujet des consequences que l'operation envisagee pourraifA avoir notamment sur la titularite des marques deposees. Le Bureau avait repondu, le 3 decembre 1930, en conseillant le transfert de celles-ci au nom de la nouvelle societe de fabrication, afin d'eviter qu'elles ne puissent etre attaquees en vertu de l'art 9 al. 1 LMF, et en faisant remarquer qu'il ne pourrait admet- tre de marques nouvelles ou de renouvellements au nom de la societ6 holding, mais seulement au nom de la socieM de fabrication (art. 7 eh. 1 LMF). Registersaohen. N0 67. 343 Se conformant a cet avis, Suchard Societe anonyme ceda toutes ses marques suisses et internationales a Cho- c~lat Suchard SocieM anonyme et fit dans la suite procoer par celle-ci a l'enregistrement des marques nouvelles. Toutefois, dans les rapports internes entre la holding et la societe de fabrication, les marques continuerent a etre considerees comme la propriete de la premiere. Les licences d'exploitation des marques en faveur des entreprises con- tr6lees ont. et6 formellement concoees par Chocolat Suchard SocieM anonyme - la socieI;e suisse de fabrica- tion -,

mais en réalité c'est la holding - dont, en 1947, la raison est devenue « Suchard Holding Société anonyme » et le siège a été transporté à Lausanne - qui a traité avec lesdites entreprises et qui touche les redevances. B. - Soutenant, d'une part, que cette situation lui occasionne des désagréments et risque de lui causer de graves dommages, surtout dans les pays étrangers où les entreprises licenciées ont été nationalisées, et faisant état d'autre part, de l'évolution des idées en matière de marques de fabrique, Suchard Holding Société anonyme voudrait rentrer, même formellement, en possession des marques qu'elle a naguère cédées à Chocolat Suchard Société anonyme ou que celle-ci a fait enregistrer depuis lors. A cette fin, elle s'est fait céder par Chocolat Suchard Société anonyme la marque suisse n° 106 568 déposée le 4 février 1944 et enregistrée internationalement le 5 juin 1944 sous n° 118 650. Il s'agit de la marque mixte « VITACO » pour produits tels que chocolat, cacao, articles de confiserie, aliments diététiques et vitamines. Le 8 janvier 1949, Suchard Holding S. A. a demandé au Bureau fédéral de la propriété intellectuelle d'enregistrer la transmission. Elle a reconnu que la cedante ne lui avait cédé ni son entreprise ni une partie de son entreprise. Elle a manifesté ouvertement son intention de provoquer une décision de principe; si la décision lui est favorable, elle entend se faire transmettre toutes les marques de la société de fabrication.

Verwaltungs- und Disziplinarrecht. La demande a été rejetée par le Bureau le 19 mars 1949, comme contraire à l'art. II LMF. O. - Contre cette décision, Suchard Holding Société anonyme a formé un recours de droit administratif, en concluant à l'enregistrement de la cession. Le Bureau fédéral de la propriété intellectuelle a conclu au rejet du recours. Considérant en droit : 1. - Chocolat Suchard Société anonyme a cédé sa marque Vitaco à Suchard Holding Société anonyme. Celle-ci demande au Bureau de la propriété intellectuelle d'enregistrer en sa faveur la transmission de cette marque. Cette mesure suppose, d'une part, que le transfert soit en lui-même licite au regard de l'art. II LMF et, d'autre part, que la requérante soit autorisée, au regard de l'art. 7 et éventuellement de l'art. 7bis, à faire enregistrer en son nom la marque en question. 2. - L'art. II al. 1 LMF du 26 septembre 1890 a disposé que « la marque ne peut être transférée qu'avec l'entreprise dont elle sert à distinguer les produits ». La loi posait donc le principe de la non-cessibilité de la marque sans l'entreprise, principe emprunté par le droit suisse au droit allemand et dont le but est de protéger le public contre le risque de considérer la marchandise munie d'une marque comme provenant d'une entreprise dont elle ne vient pas en réalité (cf. RO 50 II 84). Sous la pression des nécessités économiques et parallèlement à l'évolution qui s'est produite dans les milieux internationaux spécialisés (cf. E. MARTIN-ACHARD, La cession libre de la marque, p. 127 à 140), la jurisprudence et la loi ont en Suisse apporté plusieurs tempéraments à ce principe. a) Tout d'abord le Tribunal fédéral a admis le transfert de la marque avec une partie déterminée de l'entreprise pour laquelle elle a été enregistrée, pourvu qu'il s'agisse de produits totalement différents et qu'il n'y ait pas tromperie du public (RO 24 II 334/335; 58 II 179 in fine). Registersachen. N° 57. 345 C'est ainsi qu'un établissement mixte, fabricant des matières colorantes et des spécialités pharmaceutiques, est libre de cesser son activité et de céder la fabrique de matières colorantes avec les marques qu'elle emploie. Le législateur a consacré cette solution; la nouvelle du 22 juin 1939 a ajouté à l'art. II UI le second alinéa de la teneur suivante : « La marque peut être transmise indépendamment des produits pour lesquels elle est enregistrée si la partie de l'entreprise affectée à ces produits est également transférée à la condition que les produits compris dans la partie cédée soient totalement différents de ceux pour lesquels la marque reste enregistrée au nom du cedant et que l'emploi de la marque par le cessionnaire ne soit pas de

nature a. tromper le public.» La Suisse a par la adapte sa legislation a l'art. 9ter al. 1 de l'arrangement de Madrid du 14 avril 1891 sur les marques, tel qu'il avait eM modifie par la Conference diplomatique de Londres le 2 juin 1934 (FF 1937 vol. 3 p. 109). b) La jurisprudence suisse avait eonsidere le partage territorial de la marque comme incompatible avec l'art. 11 LMF (RO 36 11 257/258). La nouvelle du 22 juin 1939 a ajoute une deuxieme phrase au premier alinea de l'art. 11 LMF: «Si l'entreprise s'etend sur plusieurs pays, il n'est que ~ partie de l'entreprise afferente a la S~ ~Olt tran;mns, a. moms que l'emploi de la marque par le ceBBlonnante ne BOlt de nature a. tromper le public.» Il peut donc suffire, pour que la cession de la marque soit valable, que soit cedee une partie territorialement limitee de l'entreprise. Cette nouvelle regle est conforme a l'art. 6quater de la Convention d'Union de Paris, introduit par la Conference diplomatique de Londres le 2 juin 1934 (FF 1937 vol. 3 p. 111). c) Dans l'arret Roth contre Gaba S. A. (RO 58 TI 180, eons. 3), le Tribunal federal a juge que l'obligation de transferer l'entreprise avec la marque vise uniquement le eas Oll la marque est cedee a une entreprise differente, aussi bien juridiquement qu'economiquement, de celle qui 346 Verwaltungs. und Disziplinarrecht. Ia transfere, tandis que la marque peut etre cedee seule a une entreprise qui, economiquement, est en etroit rapport ou forme un tout avec la cedante. TI s'agit alors en g~neral d'entreprises fabriquant des produits identiques, de telle sorte que le public ne court pas le danger, en se Mnt a Ia marque transferee, d'obtenir des marchandises differentes, par ex. de moindre valeur ou fabriquees selon d'autres pro- coes. Dans l'espoee jugee, Hermann et Paul Geiger etaient les associes de la societ6 en nom collectif « Goldene Apo- theke von Dr. H. und P. Geiger Basel» et avaient fonde la S. A. Gaba, dont ils etaient les principaux dirigeants ; le mit qu'ils continuaient a fabriquer et a vendre des tablettes Wybert sous le nom de tablettes Gaba et sous le couvert de la societ6 en nom collectif n'entrainait pas, malgre l'art. 11 LMF, la nullite du transfert de la marque Gaba par Ia societ6 en nom collectif a la S. A. Gaba. Le Legislatateur s'est en~ge dans cette voie. La nouvelle du 22 juin 1939 a ajoute a la LMF l'art. 6ms : «Des producteurs, industriels ou commel'l}ants etroitement lies ensemble au. point de vue ~omique peuvent deposer Ia. meme marque aUSI pour des prodUlts ou marchandises qui ne different pas. entre eux par leur nature, a. condition que l'emploi de la marque n'alt. pas pour ~ffet de .tromper le public et ne soit pas d'une autre manere contralre a. l'mMret public.» Par l8., Ia Suisse adaptait sa legislation interne a l'art. 5 lettre c al. 3 que Ia Conference diplomatique de Londres a ajoute, le 2 juin 1934, a la Convention d'Union de Paris sauf que cette disposition exige qu'il s'agisse de coproprie~ taires de Ia marque, tandis que, pour l'art. 6bis LMF, il suffit qu'il s'agisse de maisons appartenant au meme groupe economique. Cette condition remplie, ces maisons peuvent faire enregistrer Ia meme marque, sans courir le risque qu'un tiers, employant une marque identique, leur oppose devant le juge la nullite de leurs marques pour defaut de caractere distinctif (art. 6 al. I LMF; FF .1937 vol. 3 p. 109, Bull. sten. C. N., p. 434). Or, de l'art. 6bis LMF decoule une nouvelle exception a l'art. II al. 1, Ire phrase, exception deja indiquee par la jurisprudence : le Registersachen. N0 67. 347 producteur, industriel ou commer98.β,t A peut desormais cooe sa propre marque au producteur, industriel ou co~ mer98.nt B, sans lui transferer tout ou partie de son entre- prise, pourvu qu'ils soient etroitement lies au point de vue economique et a Ia condition qu'il n'y ait pas tromperie du public, ni lesion d'un autre interet public. d) Pris a Ia lettre, l'art. II LMF devrait exclure Ia. possihilite d'accorder une licence pour une marque, car cette licence - qui represente la cession d'un droit limite sur la marque - n'est en general pas acompagnee d'un transfert de l'entreprise dans son ensemble. Mais, consi- derant de nouveau que la disposition en cause ne devait pas etre interpretee avec plus

de rigueur que ne l'exige l'idée de protection qui l'inspire, le Tribunal fédéral a reconnu la légitimité d'une licence de marque lorsqu'il existe un lien économique entre l'entreprise du licencié et celle du propriétaire de la marque, et en particulier lorsque les produits munis de la marque sont les mêmes ; en pareil cas, le public ne court pas le danger d'acheter à cause de la marque une autre marchandise que celle qu'il avait en vue (RO 61 n 61/62). Dans l'espèce jugée, il y avait, en raison de l'emploi des mêmes procédés de fabrication, identité des produits fabriqués. e) Il y a lieu enfin de mentionner l'art. 7bis introduit par la nouvelle du 21 décembre 1928 et qui a consacré les marques collectives. Le 3^{ème} alinéa dispose : « L'art. 11, 1^{er} alinéa, de la présente loi n'est pas applicable. » En règle générale, les marques collectives ne sont pas transmissibles. Mais le Conseil fédéral peut admettre des exceptions ; si l'exception est admise, la marque collective peut être transférée indépendamment de l'entreprise ou d'une partie de l'entreprise. f) Sous réserve des atténuations qui lui ont été apportées, le principe demeure que la marque ne peut être transférée qu'avec l'entreprise. L'évolution parcourue commande cependant une interprétation libérale des dispositions en vigueur, d'autant plus que cette évolution n'est manifeste- 348 Verwaltungs- und Disziplinarrecht_ ment pas parvenue à son terme. Avant 180 dernière guerre déjà, les milieux spécialisés se sont prononcés en faveur d'une révision de l'art. 6^{quater} de 180 Convention d'Union de Paris dans le sens de 180 cession libre des marques indépendamment du transfert de tout ou partie de l'entreprise, sauf maintien du 2^{ème} alinéa visant à empêcher que le public ne soit induit en erreur, notamment en ce qui concerne 180 provenance, 180 nature ou les qualités substantielles des produits auxquels 180 marque est appliquée (Congrès de Prague, 1938, de l'Association internationale pour 180 protection de 180 propriété intellectuelle, AIPP1, Congrès de Copenhague, 1939, de 180 Chambre de commerce internationale, CC1). Après 180 guerre, le même voeu a été repris (Congrès de La Haye, 1947, de l' AIPP1, Congrès de Québec, 1949, de 180 CC1). 3. - L'art. 11 LMF ne met pas obstacle à ce que Chocolat Suchard S. A. fasse cession à 180 recourante de Ja marque Vitaco. Si l'on interprète largement 180 notion de 180 partie d'entreprise affectée aux produits pour lesquels 180 marque cédée est enregistrée, il doit suffire que le cedant mette le cessionnaire en état de fabriquer ou de faire fabriquer des produits semblables, c'est-à-dire qu'il lui transfère les éléments nécessaires pour maintenir en tout cas les qualités essentielles de 180 production sur lesquelles se fonde le prestige de 180 marque. Au moins doit-on s'en contenter lorsque 180 cession de Ja marque a lieu en faveur d'une personne étroitement liée au point de vue économique avec 180 cedante (cf_ art. 6bis LMF). En l'espèce, 180 société de fabrication ne crée rien à 180 holding, en dehors de 180 marque Vitaco. Mais si le procédé de fabrication de ce produit n'est pas celui par Chocolat Suchard à 180 recourante, c'est qu'il n'a pas cessé d'appartenir à cette dernière. La cession même de 180 marque est purement formelle et apparaît plutôt comme une retro- cession. Dans les rapports internes, c'est Ja holding qui est considérée comme titulaire de Ja marque et qui touche les redevances en vertu des contrats de licence. Seule 180 Registersachen. N° 57. 349 crainte de violer 180 loi sur les marques a déterminé Ja recourante à faire enregistrer Ja marque par Ja société de fabrication. Par 180 retrocession, les parties veulent mettre fin à un rapport fiduciaire et créer erga omnes une situation conforme à celle qui existe entre elles. Il n'est pas douteux qu'on doive assimiler un cas de ce genre à 180 cession d'une marque avec transfert simultané du procédé de fabrication. Dans les circonstances Oil elle a lieu, 180 cession de 180 marque à 180 holding n'a fait nullement courir au public le danger de recevoir sous 180 marque Vitaco d'autres produits, de qualité inférieure ou différente. Aussi bien 180 cession se fait-elle à une entreprise qui se confond

économiquement avec 180 cedante, quoique juridiquement distincte d'elle (cf. RO 58 II 180). La holding ne pouvant, d'après ses statuts, fabriquer elle-même, il n'y a même pas le danger - qui existait dans l'affaire Gaba - qu'il se trouve sur le marché des produits identiques portant 180 même marque, mais provenant d'entreprises juridiquement distinctes. Par ailleurs, comme 180 société de fabrication ne doit pas conserver 180 marque Vitaco pour d'autres produits, 180 condition de l'art. II 801. 2 LMF relative à 180 différenciation des « produits compris dans 180 partie cédée », par rapport à « ceux pour lesquels 180 marque est enregistrée », devient sans objet. L'art. 11 LMF ne s'oppose pas non plus à ce que la recourante, devenue titulaire de 180 marque Vitaco, concède à Chocolat Suchard S. A. un droit restreint sur cette marque. Comme 180 société de fabrication continuera d'exploiter 180 partie d'entreprise afférente à 180 marque, 180 condition posée par 180 jurisprudence pour l'octroi d'une licence est remplie (cf. RO 61 II 61; ci-dessus, consid. 2 litt. d). Un tel contrat de licence soulève d'autant moins d'objections que le titulaire de 180 marque ne fabriquera pas le produit et qu'ainsi le danger de confusion pour le public sera encore moindre. Le public connaît le Vitaco fabriqué selon 180 recette appartenant à 180 holding; il n'aura qu'une garantie 350 Verwaltungs- und Disziplinarrecht supplémentaire lorsque la marque Vitaco elle-même sera, formellement aussi, entre les mains de la recourante. 4. - Aux termes de l'art. 7 all. 1 LMF, « sont autorisés à faire enregistrer leurs marques les industriels et autres producteurs ... et les commerçants ... ». La marque Vitaco est une marque de fabrique, non une marque de commerce. La recourante doit donc en principe pouvoir revendiquer la qualité d'industriel ou de producteur pour faire enregistrer la cession intervenue (art. 14 et 16 LMF). Or elle déclare elle-même être une holding pure, sans établissement industriel. Elle ajoute qu'elle n'exploitera pas elle-même la marque, de sorte qu'on doit aussi se demander si elle ne s'expose pas au danger qu'un tiers lui intente l'action en radiation pour défaut d'usage (art. 9 LMF), auquel cas elle n'aurait guère d'intérêt à faire enregistrer la marque en son nom. a) La loi fait une exception au principe de l'art. 7 en ce qui concerne les marques collectives. L'art. 7 bis al. 1 LMF (introduit par la nouvelle du 21 décembre 1928, cf. FF 1928 vol. 1, p. 200, retouché par la nouvelle du 22 juin 1939 pour tenir compte de l'art. 7 bis, modifiée à Londres, de la Convention d'Union) dispose : « Les collectifs d'industriels, de producteurs ou de commerçants qui possèdent la qualité sont autorisés à déposer des marques destinées à distinguer les marchandises produites par les membres de ces collectifs, ou mises par eux dans le commerce (requêtes collectives); ce droit appartient à la collectivité, même si elle n'exploite pas elle-même l'entreprise. » La collectivité n'a pas besoin d'utiliser elle-même la marque, pas plus qu'elle n'a à produire ou à mettre dans le commerce des produits qui en sont munis. Elle peut donc n'être pas elle-même un producteur ou un commerçant. L'usage de la marque collective par les industriels, producteurs ou commerçants auxquels elle est destinée suffit à préserver de l'action en radiation (cf. art. 9 al. 2 LMF). La marque Vitaco, pas plus sans doute que les autres marques que la recourante désire se faire retrocéder, n'a en elle-même le caractère d'une marque collective; c'est Registersachen. N° 57. 3° Une marque individuelle, destinée à distinguer les produits de la déposante de ceux de tous les entrepreneurs de la même branche. Indépendamment de ce, la recourante ne peut pas, en invoquant directement l'art. 7 bis, déposer une marque commune à ses sociétés affiliées, car elle n'est pas une collectivité d'industriels, de producteurs ou de commerçants, au sens de cette disposition. Ses membres sont ses actionnaires, non les sociétés qu'elle contrôle. Or, d'une part, il n'est pas question, pour une holding, de déposer une marque collective destinée aux produits de ses actionnaires, qui

ne sont pas nécessairement industriels, producteurs ou commerçants. D'autre part, une holding ne saurait, d'après les termes de la loi, ouvrir d'une marque collective les produits de sociétés affiliées qui ne sont pas ses membres. Le Bureau fédéral pense que la recourante aurait pu se constituer en 1930 comme une collectivité de ses sociétés contrôlées. Mais cela aurait été directement à l'encontre des buts clairement reconnaissables qui ont été visés par les dirigeants de l'entreprise lorsqu'ils ont créé la holding Suchard: ce qu'ils ont voulu tout a fait licitement, c'est ériger 100 filiales étrangères en sociétés indépendantes pour les placer juridiquement dans la même position (fisc, protection de l'industrie indigène, etc.) que les sociétés nationales de l'Etat ou elles ont leur domicile, tout en les maintenant sous une même administration financière et une même haute direction ayant leur siège en Suisse. La holding aurait renoncé à un des moyens les plus puissants de maintenir sous sa dépendance 100 sociétés affiliées étrangères si elle s'était associée à celles-ci dans la titularité des marques, des brevets, etc. La recourante aurait certes pu atteindre le but envisagé en créant une holding mixte, c'est-à-dire une centrale exploitant elle-même la fabrique suisse. Mais elle aurait renoncé alors au bénéfice de la répartition rationnelle de l'activité des différents organes de la holding. Celle-ci aurait dû continuer à s'occuper de l'organisation technique d'une des usines, au lieu de se consacrer exclusivement au contrôle de tous ses affiliés disséminés en Suisse et à l'étranger.

b) Il y a lieu cependant de reconnaître à la recourante, sans qu'elle ait à adopter l'une ou l'autre de ces formes, le droit de faire enregistrer en son nom une marque individuelle destinée à des produits fabriqués et mis dans le commerce par une société qu'elle contrôle entièrement. En consacrant, par l'art. 6bis LMF, le système des marques dites de «konzern», le législateur n'a pas fait qu'approuver une exception au principe de la différenciation des marques, inscrit à l'art. 6. Le Conseil fédéral avait proposé d'ajouter comme dernier alinéa à cet article la disposition qui est devenue l'art. 6bis. L'Assemblée fédérale a préféré en faire un article distinct, pour souligner que ces marques exigent d'être prises en considération à d'autres points de vue encore qu'en ce qui concerne leur enregistrement, cela pour laisser la porte ouverte aux initiatives de la jurisprudence. Le rapporteur au Conseil national a envisagé la possibilité que la maison affiliée la plus récente se prévale, à l'égard des tiers, de l'usage plus ancien par une autre maison affiliée, et aussi que la maison affiliée attaquant le contrefacteur lui réclame le dommage causé par le «konzern» (Bull. sten., C. N., p. 434). Le législateur reconnaissait donc que la solidarité existant entre membres du même groupement peut et doit, en matière de marques, produire des effets qui, stricto jure, seraient justifiés seulement par l'existence d'une unité juridique. Cette solidarité implique en tout cas que l'usage par l'une des maisons affiliées profite à toutes celles au nom desquelles la marque est enregistrée, et elle fait ainsi échec à une action en radiation fondée sur l'art. 9 contre la maison qui n'utilise pas la marque. L'art. 6bis ne trouve pas application en l'espèce. Actuellement, la marque Vitaco n'est pas enregistrée par les deux maisons en cause, et elle ne le sera pas non plus en cas d'admission du recours. Elle est enregistrée au seul nom de la société de fabrication, et elle le sera au seul Regietersachen N° 57. 353 nom de la holding si celle-ci obtient gain de cause. Il n'en reste pas moins que Chocolat Suchard est avec Suchard Holding dans des rapports semblables à ceux qui existent entre deux membres d'un cartel, ces rapports étant plus étroits encore. En soi, la recourante devrait donc pouvoir se prévaloir de l'usage de la marque par la société de fabrication et - suppose que cette marque eût été enregistrée au nom de la holding et le fût demeurée - elle devrait pouvoir, comme le membre d'un «konzern», résister victorieusement à l'action en radiation pour non-usage. La même idée de solidarité économique demande qu'elle puisse invoquer le

caractere industriel de sa soeM-fille. TI est artificiel de ne pas reonnaitre la qualite d'industriel ou de pro- ducteur a une holding qui ne se presente pas comme une soeM de placement ou de financement, mais uniquement comme une soeM de oontrôle industrielle, ayant pour but principal de reunir les interets de differentes entreprises appartenant au meme groupe industriel et de rationallser leur production, tout en leur assurant les moyens financiers necessaires. En pretant a ohaoune des entreprises aux- quelles elle s'interesse le concours de ses dirigeants et de ses servioes centraux, Ja holding exerce au sens large une activite d'industriel ou de produoteur qui devrait lui per- mettre de se mettre au benefioe de l'art. 7 LMF. Atout le moins oonvient-il d'appliquer par analogie l'art. 7bis LMF au cas de la holding industrielle qui tend faire enregistrer en son nom des marques individuelles pour en conceder les licences a ses societes-filles. Du point de vue de la realiM economique, une telle holding - oomme l'est la reourante - se presente comme la reunion de toutes ses societes de fabrication. En tant que oelles-ci sont effectivement dominees par la holding, tout se passe comme si elles etaient des membres de la societe qui les contrôle. La situation de ces societes, qui exploitent les entreprises fabriquant les produits munis des marques insorites au nom de la holding, est a oet egard analogue a celle des industriels, producteurs ou commerc;ants qui font 23 AS 75 I - 1949 354 Verwaltungs- und Disziplinarrecht. partie d'une collectivite au sens de l'art. 7bis et qui uti- lisent, en vertu de leur qualite de membres, une marque collective deposee par la collectivite, celle-ci n'exploitant pas elle-me~e d'entreprise (cf_ art. 7bis al. 1er in {ine). En consequence, il convient en principe d'admettre les soci~tes holdings a faire enregistrer en leur nom propre des marques de fabrique ou de commerce, sans qu'elles aient besoin d'exp10iter elles-memes directement une entreprise ou un commerce, l'usage fait d'une marque par les societea affiliees devant etre assimile a son emploi par la societe holding (en ce sens, une proposition du groupe suisse de l'AIPPI au Congres de La Haye de 1947). Toutefois seules pourront revendiquer ce droit les holdings qui ont le caractere de societes de controle indus- trielles (Verwaltungsholding), a l'exclusion des societes de :6.nancement qui se bornent a prendre des participations dans diverses entreprises d'une branche. La structure eco- nomique de ces dernieres societes ne permet pas de les assimiler aux collectiviMs visees par l'art. 7bis, ni de con- siderer qu'elles exercent une activiM d'industriel ou de commerc;ant. Aussi bien le risque serait-il grand que les marques detenues par ces societes de :6.nancement ne soient apposees sur des produits qui ne proviendraient pas de l'entreprise designee par la marque. D'autre part, si, posterieurement au depot par une holding de marques des- tinees a etre utilisees par ses societes affiliees, cette holding perd le caractere d'une soeM de controle industrielle, il y aura lieu d'appliquer l'art. 7bis al. 5 LMF, aux termes du- quel, si la collectivite tolere l'application de la marque collective contrairement a son but ou d'une maniere propre a induire le public en erreur, toute personne qui justifie d'un interet peut demander la radiation de la marque. En outre, la holding industrielle qui deViendrait une simple societe de :6.nancement ne pourrait plus invoquer l'usage de la marque par les soeMs controloos et s'exposerait a l'action en radiation de l'art. 9 LMF. 5. - La recourante, qui a le caractere d'une soeM de ZoIlsaohen. N0 58. 355 controle industrielle, doit etre admise, en vertu des art. 7 et 7bis LMF, a deposer en son nom la marque Vitaco des- tinee ades produits da ses societes affiliees, apres que cetta marque a pu lui etre regulierement cooee par Chocolat Snchard S. A. Par ces moti/8 le Tribunal /ederal prononce : Le recours ast admis at la deciSion attaquoo ast annlee. Vgl. auch Nr. 61. - Voir aussi n° 61. IH. ZOLLSACHEN AFFAIRES DOUANIERES 58. Arr~t du 23 deeembre 1949 en la cause Stanfiel' contre Direection generale des donanes. Sfmootes douanreres (art. 123 LD). L Le delai powr

recourir à l'Administration générale des douanes contre une réquisition de sûretés est de quatre jours (art. 123 LD, 166 et 169 OJ). Consid. I. 2. Recours de droit administratif: Si la réquisition de sûretés se justifie par d'autres faits que ceux qu'elle retient, le Tribunal fédéral peut tenir compte de ces faits. Consid. 4. 3. Des sûretés douanières peuvent aussi être requises pour garantir le paiement d'amendes. Consid. 2. - à n'importe quel stade de la procédure. Consid. 3. La cession de biens (i. c. cession fictive) est un agissement propre à compromettre la création douanière. Consid. 5. Sicherstellung/Jerüfung in Zollsachen. 1. Die Beschwerdefrist beträgt 30 Tage (Art. 123 ZG, 166 und 169 OG). Erw. 1. 2. Findet das Bundesgericht, die Sicherstellungsverfügung rechtfertige sich aus einem andern Grunde als demjenigen, der in der Verfügung angegeben ist, so kann es auf jenen andern Grund abstellen (Erw. 4.) 3. Die Sicherstellung kann - in jedem Stadium des Verfahrens - auch für Bussen angeordnet werden. (Erw. 2 und 3.) Verheimlichung von Vermögenswerten (i. c. fiktive Abtretung von Forderungen) ist eine Gefährdungshandlung im Sinne des Gesetzes (Erw. 5).

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.