

« T'es une fille qui recherche la notoriété et t'as pas ta marque ? Allo, non mais allo quoi ! » Focus

sur une rencontre qui « buzze » entre télé-réalité et droit des marques. Ou quand Nabilla rend involontairement plus sexy la propriété intellectuelle.



Frédéric Gicquel

Pour ceux qui y auraient échappé, la chaîne NRJ 12 diffuse une émission intitulée « *Les anges de la télé-réalité* » dans laquelle officie Nabilla Benattia qui nous livre sa vision – très personnelle - de la vie.

C'est à l'occasion de l'une de ses confessions, qu'a été délivrée la phrase désormais célèbre « *Allo t'es une fille t'as pas de shampoing, c'est comme si t'es une fille t'as pas de cheveux* ».

Suite à l'écho dont elle a fait l'objet, Nabilla Benattia a décidé de déposer l'ensemble de cette phrase en tant que marque auprès de l'INPI le 11 mars dernier, laquelle a été publiée le 5 avril suivant.

Cette marque est-elle valable ?

En premier lieu, notons que l'acte de dépôt n'est aucunement synonyme de validité.

Ensuite, rappelons les critères de validité en droit des marques que nous avons déjà abordé dans une Brève précédente <http://www.legilc.com/conseils-proprietee-industrielle/les-breves/2012/juillet>).

Il est à noter qu'un slogan, puisque c'est de cela qu'il s'agit, peut tout à fait être déposé à titre de marque, pour peu qu'il satisfasse aux exigences légales.

Et en l'espèce, la marque dont il est question :

- n'est pas descriptive des produits et services désignés et ne vise d'ailleurs pas la classe 3 relative notamment aux shampoings ;
- n'est pas générique.

Est-elle néanmoins distinctive ? Sur ce point, il est permis de s'interroger.

Ainsi, la jurisprudence considère que si un slogan procure une information exclusivement promotionnelle, il ne peut être enregistré en tant que marque ; indicateur d'origine commerciale.

Cependant, peut-on objecter ici que l'originalité de la formule, ce qui ne saurait être contesté, lui confère un caractère distinctif à même de lui octroyer la qualité de marque.

Néanmoins, à vouloir trop en faire (le dépôt portant sur l'intégralité de la phrase, et non sur « Allo ! Non mais allo quoi », comme cela a pu être dit), Nabilla Benattia a limité considérablement la portée de son dépôt. En effet, sa marque est composée d'un assemblage de mots usuels, ce qui limite considérablement son potentiel distinctif.

Aussi, les tiers détenteurs des termes « allo », « shampoing » ou encore « cheveux » dans des classes similaires/identiques au dépôt effectué ont la possibilité de faire opposition à sa demande d'enregistrement voire d'en demander ultérieurement la nullité.

Encore, Nabilla Benattia ne pourra éventuellement qu'empêcher l'utilisation de la combinaison qu'elle a enregistrée, et non l'utilisation des termes usuels qui la composent.

Enfin, gageons que nous reparlerons d'elle puisque la société de production de son émission a déposé le même jour la marque « Allo ? Non mais allo quoi ! ». Un conflit en perspective ?..

Au moins, nous aurons évité le dépôt de la marque « *c'est la guerre mondiale de 78* » (phrase de haute volée également énoncée par Nabilla)... ■