

INFO



JAPON

OTA & Associates

Patents & Trademarks

2-4-2 Nishi-Shimbashi, Minato-ku, Tokyo 105-0003 JAPON

Tél. : (+) 81-3-3503-3838 Fax : (+) 81-3-3503-3840 E-mail: ota@otapatent.com

www.otapatent.com

Numéro 64
Décembre 2016

Editorial, par Keiichi OTA

Mes chers lecteurs,

Avant toute chose, permettez-moi de vous souhaiter une excellente année 2017. Qu'elle voie la réalisation de vos projets, tant professionnels que personnels, et qu'elle vous apporte beaucoup de bonnes choses.

Je suis toujours très heureux de vous retrouver lors de ces parutions d'*Info-Japon*. Mais je le suis également lorsque je peux vous rencontrer de visu, que ce soit au cours de mes visites ou à l'occasion des rencontres internationales.

Depuis cet été, j'ai assisté au Summer Seminar de l'Université de Hokkaido comme chaque année, mais ce n'est pas là que je rencontre le plus de francophones ! Par contre au FICPI à Saint Petersburg en octobre, j'ai eu la joie de revoir certains d'entre vous. Et j'ai vu plus de monde encore lors de mes déplacements en Europe en août-septembre et en novembre.

Le grand article d'*Info-Japon* 64 porte sur la protection des produits de qualité au Japon. Cette question résonne très fort je le sais pour les lecteurs français, mais elle a également son importance au Japon.

Je vous souhaite une bonne lecture.

La protection des produits de qualité au Japon.

La question de la protection des produits de qualité n'est pas récente, et pourtant, plusieurs textes ont dû être élaborés dans le monde avant de pouvoir atteindre le niveau de protection acquis aujourd'hui.

Certains pays, comme la France, sont particulièrement friands de la question, voulant protéger au mieux leur patrimoine, sans conteste très riche.

Un texte est notamment à souligner concernant la protection des produits de qualité. Il s'agit de l'arrangement de Lisbonne, adopté en 1958 et comprenant 28 Etats membres, dont le Japon ne fait cependant pas partie.

Ce n'est pas pour autant que le pays laisse la question de côté, bien au contraire.

Au Japon en effet, deux lois permettent la protection de ces produits : la loi du 13 avril 1959 sur les marques, et la loi du 19 mai 1993 sur la prévention de la concurrence déloyale. Ces deux lois protègent aussi bien les produits japonais que les produits importés au Japon. Ce sont d'ailleurs ces derniers qui étaient dans un premier temps visés par la première loi, avant que la même protection soit accordée aux produits japonais.

I/ La loi sur les marques

La protection offerte par cette loi diffère selon qu'elle s'applique aux produits en eux-mêmes ou aux associations voulant enregistrer ces produits.

A/ Produits

Concernant les produits, deux articles dans la loi visent la protection des produits de qualité.

Le premier, l'article 4-(1)-(xvii), est inspiré des articles 23-2 et 24-9 des ADPIC. Selon celui-ci, il est interdit d'enregistrer au Japon une marque comprenant une indication d'origine de vin ou spiritueux protégée par l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) ou désignée par le JPO. C'est particulièrement cette deuxième condition qui a été ajoutée dans le but d'offrir la même protection aux produits japonais, ce dont nous parlions plus haut.

L'article 4-(3), inspiré de l'article 24-5b des ADPIC, précise lui que la date de demande de marque joue un rôle important dans cette éventuelle interdiction. Autrement dit, si la demande est faite avant que le produit ne soit protégé par l'OMC ou désigné par le JPO, on ne pourra pas interdire son enregistrement.

B/ Associations

Selon l'article 7bis de la loi sur les marques, les associations sont autorisées à enregistrer des marques collectives pour des indications géographiques quand de telles marques sont aptes à être reconnues par les consommateurs comme des produits ou services issus de cette association.

II/ La loi sur la prévention de la concurrence déloyale

A/ Articles

Dans cette loi, deux articles peuvent être directement utilisés pour la protection des produits de qualité.

L'article 2-(1)-(xiv), inspiré des articles 10-1 et 10bis-3)3° de la Convention de Paris, définit comme concurrence déloyale le fait de donner à un produit une indication induisant en erreur sur son origine, sa qualité, son contenu et son procédé de fabrication.

L'article 16-(2), inspiré de l'article 6ter-9) de la Convention de Paris, interdit lui d'apposer à un produit, sans autorisation, l'emblème national d'un pays étranger dans le but de tromper sur l'origine de ce produit.

Un autre article peut être indirectement utilisé puisqu'il décrit plus généralement la concurrence déloyale dans son ensemble. En effet, selon l'article 2-(1) dans ses alinéas (i), (ii) et (iii), la concurrence déloyale résulte du fait de tromper sur l'indication d'un produit. Cette indication peut concerner le nom d'une personne, celui d'une marque, ou même celui d'une entreprise. L'alinéa (ii), par exemple, sanctionne le fait d'utiliser l'indication d'origine renommée d'un autre produit, même quand il n'y a pas de risque de confusion entre les deux produits.

B/ Effets civils et pénaux

Les effets civils de la loi sont divers selon les articles utilisés. Il peut s'agir d'obtenir l'arrêt de cette concurrence déloyale (pour les articles 2-(1)-(i), (ii), (iii) et (xiv)), d'obtenir le versement de dommages et intérêts (pour les deux mêmes articles), ou encore de permettre de réhabiliter la réputation ternie (pour les trois articles évoqués).

Les effets pénaux, eux, sont très sévères, comme souvent pour les lois japonaises. Ainsi, la violation de chacun des trois articles est susceptible d'entraîner une peine de 5 ans de prison, une amende de 5 000 000 JPY pour les personnes, et en plus une amende de 300 000 000 JPY pour les sociétés.

Nul doute que ces sanctions, pour le moins drastiques, permettent d'assurer la protection des produits de qualité au Japon !

Cet article étant assez long, nous publierons la suite et fin dans notre Info-Japon 65.



Tous vos commentaires, idées, suggestions nous permettant d'améliorer cette lettre d'information seront les bienvenus. Si vous souhaitez des informations complémentaires, des références sur un point évoqué dans cette correspondance, nous nous ferons un plaisir de vous répondre. N'hésitez pas à contacter **Keichi OTA**.