

Apple : la Cité interdite pour l'iPad ?

Mobilité

Posté par : JulieM

Publié le : 2/7/2012 13:00:00

La firme de Cupertino ne cesse de connaître des démaillées judiciaires autour de sa célèbre tablette. Déjà engagée dans une bataille juridique internationale contre Samsung au sujet du modèle (jugé trop proche) de la tablette Galaxy Tab et des brevets opposés en réponse par la société sud-coréenne, **Apple est aujourd'hui dans la tourmente en Chine à cause de la marque iPad.**

Le premier écueil n'est pas nouveau et malheureusement propre à bon nombre de titulaires de marque souhaitant, tardivement, étendre leur protection à l'étranger, et notamment en Chine. Rappelons que, sauf cas particuliers, le droit à titre de marque est territorial, c'est-à-dire limité aux pays pour lesquels des formalités de dépôt ont été effectuées.

GERMAIN & MAUREAU

Aussi, la marque doit être regardée comme une « sorte de visa » indispensable pour la commercialisation des produits et services dans un territoire donné. Apple ne dérogea pas à la règle et dut, préalablement au lancement de sa première tablette, se rapprocher de la société Proview International Holdings, titulaire de deux marques IPAD, déjà enregistrées en Chine au nom d'une de ses filiales, la société Shenzhen Proview.

Un contrat fut signé en décembre 2009 entérinant la cession des marques au profit d'une filiale de la société Apple.

Second écueil. Cette convention de cession, qui incluait d'autres titres dont les deux enregistrements chinois au nom Shenzhen Proview, fut conclue avec une autre entité, la société Taï-wan Proview, néanmoins filiale de Proview International Holdings.



Pensant pouvoir commercialiser ses tablettes en Chine suite à la signature de ce contrat de cession, Apple annonça, comme à l'accoutumée, leur arrivée à grand renfort de publicité. C'était faire fi des "chinoiseries" de l'Administration locale qui subordonne l'inscription définitive d'une cession à une procédure d'approbation administrative à laquelle doit prendre part le cessionnaire, mais également le cédant.

La brèche était trop belle pour Shenzhen Provview, alors en procédure de faillite, pour tenter d'obtenir une révision du prix de cession qui avait été initialement fixé à environ 55.000\$.

La phase administrative de l'inscription fut alors interrompue par Taïwan Provview, quand dans le même temps Shenzhen Provview menaçait la commercialisation des tablettes, au motif qu'elle n'était pas tenue par le contrat de cession conclu avec sa petite sœur taïwanaise.

En novembre 2011, le Tribunal de Shenzhen conforta Shenzhen Provview dans sa position s'agissant de la titularité des marques. Celle-ci se vit néanmoins déboutée trois mois plus tard de sa demande d'interdiction provisoire de

commercialisation de l'iPad en Chine.

Ne perdons pas de vue les considérations économiques du marché et le lieu de fabrication des produits en question, l'affaire étant désormais plus politique que juridique.

Malgré plusieurs tentatives de négociations, aucun accord n'a, pour l'heure, été trouvé quant à la propriété des marques.

Les montants évoqués dans le cadre des pourparlers seraient, aujourd'hui, de l'ordre de 20 millions de dollars. Une belle affaire pour les banques chinoises créancières de l'entreprise en déroute.

Désormais, la firme californienne voit rouge et apprend à ses dépens que l'argent achète difficilement une sage descendance (proverbe chinois).