

*Capsule*

## **Conflit entre un dessin communautaire et une marque antérieure ou quand le caractère individuel est affaire de sentiments !**

**Sandra Tubert\***

|   |      |
|---|------|
| INTRODUCTION . . . . .  | 1045 |
| 1. Une appréciation traditionnelle des critères d'évaluation<br>relatifs à la validité d'un dessin et modèle<br>communautaire . . . . . | 1048 |
| 1.1 Avant-propos sur le droit applicable . . . . .  | 1048 |
| 1.2 Un utilisateur averti clairement identifié . . . . .  | 1049 |
| 1.3 La détermination du degré de liberté . . . . .  | 1050 |
| 2. Une caractérisation de l'impression globale ambiguë . . . . .  | 1051 |
| 2.1 Une impression globale déduite de l'observation<br>de détails subtils . . . . .   | 1051 |
| 2.2 Un sentiment mitigé à la lecture de cet arrêt . . . . .   | 1053 |

---

© CIPS, 2011.

\* Étudiante à l'École de Formation des Avocats Centre Sud (Montpellier, France), issue du Master 2 Créations Immatérielles (Université Montpellier 1), stagiaire chez ROBIC, S.E.N.C.R.L., un cabinet multidisciplinaire d'avocats et d'agents de brevets et de marques de commerce.

*Le dessin exprime des sentiments bien  
plus forts que des mots*

– TAREK (Tarek Ben Yakhlef, dit),  
dans *Entretien* (Evene.fr, mars 2005)

## INTRODUCTION

Si les dessins et modèles renvoient généralement au droit d’auteur ou encore à celui des brevets en raison respectivement du degré de créativité qu’ils impliquent et de leur fonctionnalité ou utilité, il est des cas, comme l’arrêt en présence, où la notion est en conflit avec le droit des marques.

Ce type de conflit est alors l’occasion de mettre en œuvre des notions souvent proches mais pourtant bien distinctes.

En l’espèce, le dessin ou modèle de la requérante faisait l’objet d’une action en nullité de la part des titulaires d’un droit antérieur qui se basaient sur leur marque figurative communautaire. Un bref rappel des faits et de la procédure est nécessaire avant d’analyser plus en détail la décision du Tribunal de l’Union Européenne<sup>1</sup> (« le Tribunal »).

Le 27 décembre 2005, l’Office de l’Harmonisation dans le Marché Intérieur (OHMI) a enregistré un dessin communautaire de José Manuel Baena Grupo SA (ci-après « la requérante ») représentant un « lutin » afin que celui-ci soit appliqué aux ornements pour tee-shirts, casquettes, autocollants, imprimés, y compris publicitaires (représenté ci-dessous) :

---

1. Tribunal de l’Union Européenne, 16 décembre 2010, Affaire T-513/09, en ligne <[http://oami.europa.eu/ows/rw/resource/documents/CTM/case-law/jj090513\\_fr.pdf](http://oami.europa.eu/ows/rw/resource/documents/CTM/case-law/jj090513_fr.pdf)>.



**Figure 1 : Dessin et modèle communautaire n° 426895-0002 enregistré le 27 décembre 2005**

Ce n'est que quelques années plus tard (le 18 février 2008) que Herbert Neuman et Andoni Galdeano (ci-après « les intervenants ») ont présenté une demande en nullité du dessin et modèle de la requérante devant l'OHMI en se fondant sur l'article 25, paragraphe 1, sous b) et e) du règlement CE n° 6/2002 du conseil du 12 décembre 2001 (ci-dessous « le règlement »).

Ces derniers invoquaient notamment que le dessin ou modèle contesté « n'était pas nouveau et était dépourvu de caractère individuel au sens de l'article 4 du règlement n° 6/2002, lu en combinaison avec les articles 5 et 6 » et « qu'il était fait usage dans celui-ci d'un signe distinctif au sens de l'article 25, paragraphe 1, sous e) »<sup>2</sup>. Ils se basaient sur leur propre marque communautaire figurative enregistrée le 7 novembre 2000 pour les produits des classes 25, 28 et 32<sup>3</sup>, à savoir des vêtements, chaussures, chapellerie, jeux, jouets, articles de gymnastique et de sport ainsi que pour toutes sortes de boissons (représentée ci-dessous) :

- 
2. Tribunal de l'Union Européenne, 16 décembre 2010, Affaire T-513/09, § 2 de la décision.
  3. De l'Arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié.



**Figure 2 : Marque communautaire n° 1312651 enregistrée le 7 novembre 2000**

Une première décision de la division d'annulation de l'OHMI, rendue le 15 juillet 2008, a prononcé la nullité du dessin communautaire en affirmant que celui-ci faisait usage de la marque communautaire antérieure. La requérante a alors formé un recours auprès de l'OHMI en se basant sur les articles 55 à 60 du règlement.

La troisième chambre de recours de l'OHMI<sup>4</sup>, étudiant à son tour les silhouettes en cause, a quant à elle estimé que la division d'annulation avait commis une erreur en statuant de la sorte, mais a maintenu la nullité du dessin et modèle contesté en précisant qu'il ne remplissait pas la condition de caractère individuel.

Cette succession de recours se termine par la décision faisant l'objet du présent commentaire, rendue après que la requérante ait contesté l'analyse du caractère individuel donnée par la chambre de recours.

Ne suivant pas les analyses précédentes, le Tribunal a quant à lui conclu à la validité du dessin et modèle contesté. Pour ce faire, il a appliqué de manière traditionnelle les différents critères d'évaluation de la validité d'un dessin et modèle communautaire avant cependant de se livrer de manière ambiguë à la caractérisation de l'impression globale.

---

4. OHMI, 3<sup>e</sup> ch. Recours, 14 octobre 2009, *José Manuel Baena Grupo SA c. Herbert Neuman & Andoni Galdeano Del Sel* (R 1323/2008-3)

## 1. Une appréciation traditionnelle des critères d'évaluation relatifs à la validité d'un dessin et modèle communautaire

Il est des notions parfaitement établies en droit communautaire de la propriété intellectuelle. Cependant, elles méritent une attention toute particulière tant les solutions sont casuistiques et dépendantes des faits de l'espèce. C'est le cas de l'« utilisateur averti » et du « degré de liberté ». Cette analyse sera néanmoins précédée de quelques développements sur le droit applicable.

### 1.1 *Avant-propos sur le droit applicable*

Défini comme « l'apparence d'un produit ou d'une partie de produit que lui confèrent en particulier, les caractéristiques des lignes, des contours, des couleurs, de la forme, de la texture et/ou des matériaux du produit lui-même ou de son ornementation ; »<sup>5</sup>, le dessin ou modèle est à cet effet souvent utilisé dans l'industrie de la mode. En choisissant de déposer auprès de l'OHMI un dessin ou modèle communautaire, le créateur s'assure « le droit exclusif de l'utiliser et d'interdire à tout tiers de l'utiliser sans son consentement »<sup>6</sup> durant une période de cinq ans, renouvelable à cinq reprises, soit pour une durée totale maximale de vingt-cinq années.

Les conditions de fond nécessaires à l'enregistrement d'un dessin et modèle communautaire sont posées aux articles 4 à 9 du règlement CE n° 6/2002 du conseil du 12 décembre 2001. Afin de bénéficier d'une telle protection, la création ornementale ou esthétique doit être nouvelle, apparente, et présenter un caractère individuel. Si le caractère apparent ne pose aucun problème en l'espèce, il en va autrement de la nouveauté et du caractère individuel.

Ceci étant, l'arrêt ne traite pas de la condition de nouveauté<sup>7</sup> et se contente de trancher le moyen soulevé par la requérante tiré de la violation de l'article 6 du règlement qui dispose qu'« un dessin ou modèle est considéré comme présentant un caractère individuel si l'impression globale qu'il produit sur l'utilisateur averti diffère de celle que produit sur un tel utilisateur tout dessin ou modèle qui a été divulgué au public ».

5. Article 3 du règlement CE n° 6/2002 du conseil du 12 décembre 2001.

6. Article 19 du règlement CE n° 6/2002 du conseil du 12 décembre 2001.

7. La condition de nouveauté exigeant, pour être remplie, l'absence d'antériorités de toute pièce.

## 1.2 Un utilisateur averti clairement identifié

Dans l'appréciation de cette notion primordiale qu'est le « caractère individuel » intervient un personnage fictif créé par le règlement communautaire, « l'utilisateur averti ». Figure centrale du droit des dessins et modèles, ce dernier n'est ni un professionnel, ni le consommateur moyen cher au droit des marques, ni même encore « l'auteur vis-à-vis duquel se mesure l'originalité »<sup>8</sup>. Mais qui est-il vraiment ?

Un portrait de celui-ci peut être dressé grâce aux décisions rendues par l'OHMI, la formule la plus fréquemment utilisée restant, « l'utilisateur averti est familier du type de produits concernés »<sup>9</sup> ou encore celui qui « connaît les caractéristiques de base des produits ou qui possède une bonne connaissance des produits »<sup>10</sup>. Ce n'est donc « ni un concepteur, ni un fabricant, ni un expert technique, ni même un vendeur des produits incorporant le dessin ou modèle »<sup>11</sup>, mais quelqu'un « doté d'une vigilance particulière et d'un degré d'attention relativement élevé, notamment du fait de son intérêt pour les produits et de sa familiarisation nécessaire avec l'utilisation des produits concernés et leurs différentes fonctions »<sup>12</sup>.

Toutefois, le patrimoine accessible à l'utilisateur averti est forcément différent dans tous les cas d'espèce puisqu'il dépend du marché sur lequel est commercialisé le dessin et modèle et du public visé par celui-ci. C'est pourquoi il convient de l'identifier dans la présente décision.

Au paragraphe 22, les juges européens précisent que l'utilisateur averti a été correctement identifié par la Chambre des recours, à savoir « une personne ayant l'habitude d'utiliser les produits incorporant le dessin contesté, étant plus informé que la moyenne du fait de son intérêt pour de tels produits, et ayant visité des magasins vendant ces produits et lu des publications (revues,

8. GASNIER (Jean-Pierre), « Regards sur l'utilisateur averti dessiné par l'OHMI », *Propriété industrielle* n° 9, septembre 2008, étude 18.

9. OHMI, div. Annul., 14 juin 2004, ICD 000000040, *José Mallent Castello c. 3M Innovative Properties* ; OHMI, div. Annul., 19 mai 2005, ICD 000000586, *Vignal Systems c. Macroplast-Pecas Técnicas de plástico, Lda.*

10. *Ibid.*, n° 8.

11. VIENNE (Aymeric), « Un nouveau conflit entre un dessin ou modèle ultérieur et une marque antérieure Arrêt T-513/09 du 16 décembre 2010 », en ligne <[www.regimbeau.fr/ACTU\\_JURIDIQUE/french](http://www.regimbeau.fr/ACTU_JURIDIQUE/french)>.

12. *Ibid.*, n° 11.

publicités, site Internet) à propos de ces produits »<sup>13</sup>. En l'instance, « l'utilisateur averti » a été identifié comme étant des jeunes achetant habituellement tee-shirts et casquettes et des enfants qui collectionnent les autocollants ou les utilisent pour personnaliser des objets tels des sacs à dos ou des cahiers.

L'appréciation du caractère individuel est donnée par le Tribunal en considération d'un public jeune de moins de 18 ans. Certains pourraient s'interroger sur la justesse dans l'identification du personnage et le degré d'attention qu'il porte. Cela étant, comme le soulignent les juges au paragraphe 15 de leur décision, pas plus la requérante, que les intervenants n'ont contesté « la définition de l'utilisateur averti ou le degré d'attention de celui-ci retenus par la chambre de recours ». Par conséquent, il n'y a pas lieu d'examiner plus en avant ces propos.

### **1.3 La détermination du degré de liberté**

L'utilisateur averti étant identifié, les juges se sont par la suite attachés à déterminer le degré de liberté dont bénéficiait le créateur dans la conception de son modèle.

En effet, de celui-ci dépend fortement l'interprétation du caractère individuel du dessin et modèle en question, comme en dispose le paragraphe 2 de l'article 6 du règlement : « Pour apprécier le caractère individuel, il est tenu compte du degré de liberté du créateur dans l'élaboration du dessin ou modèle ».

Aussi, plus le degré de liberté du créateur est grand, plus le détachement exigé par rapport aux dessins et modèles existants sera important. L'on comprend aisément qu'il est des cas où le créateur est en quelque sorte lié par des contraintes techniques et fonctionnelles, ce qui lui laisse peu de choix quant à la forme et au design à adopter, alors que, dans d'autres, la marge s'avère beaucoup plus grande. Ainsi, dès que l'OHMI parvient à caractériser un degré de liberté relativement important de la part du concepteur et dégage « un choix de conception permettant de s'éloigner des produits concurrents »<sup>14</sup>, elle attend beaucoup plus de distance par rapport aux dessins et modèles antérieurs.

13. OHMI, 3<sup>e</sup> ch. Recours, 14 octobre 2009, *José Manuel Baena Grupo SA c. Herbert Neuman & Andoni Galdeano Del Sel* (R 1323/2008-3) §21 de la décision.

14. OHMI, 3<sup>e</sup> ch. Recours, 11 août 2009, ICD 000389648-0002, *Normann Copenhagen ApS c. Paton Calvert Housewares Ltd.* : §39 de la décision.

En l'espèce, les juges soulignent au paragraphe 22 de leur décision que « le créateur des dessins et modèles comme ceux en cause jouit d'une importante liberté quant à la technique qu'il mettra en œuvre pour dessiner la silhouette ». La Chambre des recours avait d'ailleurs à cet effet précisé qu'il est possible de rendre compte de cet important degré de liberté en feuilletant des albums de bande dessinée, et ajouté que l'utilisateur averti est habitué à voir un certain nombre de représentations différentes d'êtres humains sur les supports concernés par le présent arrêt<sup>15</sup>.

Si l'on s'en tient aux lutins, créatures imaginaires par excellence (puisque cela semble être le groupe auquel appartiennent les droits en conflit), des exemples bien distincts nous viennent rapidement à l'esprit, qu'il s'agisse des lutins du Père Noël, ceux vivant dans les forêts de nombreux contes de notre enfance, ou bien encore ceux présents dans les récents films de fiction. Finalement, le seul point commun que l'on puisse leur trouver est leur petite taille.

De ce fait, les juges auraient dû exiger de la part du dessin et modèle de la requérante une distance conséquente par rapport à la marque communautaire existante, considérée par les examinateurs précédents comme un dessin et modèle divulgué. La distance prise par la requérante était-elle vraiment suffisante ?

Ces deux notions essentielles désormais précisées, il convient de s'attarder plus longuement sur la notion « d'impression globale », qui est au cœur de la décision rendue par le Tribunal.

## **2. Une caractérisation de l'impression globale ambiguë**

Notion clef du droit des dessins et modèles, l'impression globale est en l'espèce déduite de l'observation de détails subtils des deux dessins en question, ce qui laisse un sentiment mitigé à la lecture de cet arrêt en raison notamment de l'emploi de termes semblant être empruntés au droit des marques par les juges européens.

### **2.1 Une impression globale déduite de l'observation de détails subtils**

L'analyse de l'impression globale débute au paragraphe 20 de la présente décision et, de manière traditionnelle, les juges européens énoncent qu'« il convient d'opérer une comparaison entre,

15. OHMI, 3<sup>e</sup> ch. Recours, 14 octobre 2009, *José Manuel Baena Grupo SA c/ Herbert Neuman & Andoni Galdeano Del Sel* (R 1323/2008-3) §30 de la décision.



d'une part, l'impression globale produite par le dessin ou modèle contesté et, d'autre part, l'impression globale produite sur l'utilisateur averti par la marque communautaire invoquée à l'appui de la demande en nullité ».

Dans cette perspective, ils se basent essentiellement sur les sentiments qui se dégagent respectivement des deux dessins, reprenant ainsi l'argumentation soutenue par la requérante, à savoir que l'expression distincte des deux visages conduit à produire sur l'utilisateur averti une impression globale différente. L'on apprend dès lors que la position des sourcils et la présence d'une bouche sur le visage joue un rôle primordial dans l'impression globale donnée par la marque communautaire antérieure, qui apparaît aux yeux des jeunes gens comme un « personnage énervé », terme préféré par les juges à celui de « lutin grognon » employé par la requérante. À l'inverse, il ne se dégagerait aucun sentiment quelconque du dessin et modèle communautaire.

L'appréciation se poursuit par l'étude de la position des silhouettes, qui conforterait l'analyse commencée ci-dessus, puisque l'inclinaison vers l'avant du personnage protégé par la marque communautaire conforterait le sentiment d'irritation en émanant, alors qu'au contraire quelques degrés d'inclinaison en moins manifesterait un sentiment neutre, si tant est que cela puisse exister.

L'utilisateur averti et, plus particulièrement, les enfants seraient particulièrement attentifs à ce genre de choses et leur achat d'auto-collants serait en grande partie dicté par les sentiments exprimés par les personnages représentés.

De ces différences qu'il juge « suffisamment importantes », le Tribunal conclut à la création d'une impression globale distincte de celle dégagée par la marque communautaire et, à cet effet, annule la décision attaquée.

Or, comme le souligne Jean-Pierre Gasnier au sujet d'une autre décision rendue par l'OHMI, « il ne s'agit pas de commencer l'examen des modèles en présence par les détails mais bien de se placer dans la peau d'un utilisateur et regarder comme regarderait un tel utilisateur, en ne perdant pas de vue que, s'il est averti, il exercera un regard plus affiné, plus apte à saisir les différences, même infimes,

sans pour autant que celles-ci conduisent nécessairement à créer une impression visuelle distincte »<sup>16</sup>.

Aussi, nous ne remettons pas en cause la présence de ces différences, si subtiles soient-elles, mais nous interrogeons sur le fait de savoir si elles produisent réellement une impression globale distincte. N'est-ce pas antinomique de s'attarder uniquement sur des différences pour dégager une globalité ?

En effet, « l'impression globale résulte de la somme de toutes les caractéristiques susceptibles d'être visuellement perçues »<sup>17</sup>, et bon nombre de ces caractéristiques sont selon nous identiques, à commencer par « la manière de dessiner les silhouettes au moyen d'un trait presque totalement continu délimitant le corps et arrondissant le contour de la personne »<sup>18</sup>, ainsi que la position générale de leur corps, que ce soit le jeu de jambes ou l'orientation du dessin. Le créateur du dessin et modèle postérieur aurait, par exemple, pu choisir de représenter le personnage dans l'autre sens, ou bien dans une autre posture. Ne serait-ce qu'en le représentant assis, un certain nombre de possibilités s'offraient à lui, sans compter qu'il aurait pu choisir de le dessiner debout, ou bien encore allongé, ou encore effectuant un quelconque mouvement.

Le poids des différences prend-il le dessus sur celui des ressemblances ? L'impression globale n'est-elle pas affaire de ce tout ?

De surcroît, si le caractère individuel est apprécié de manière trop large, entendez par là si une complète similitude entre les dessins et modèles en question est exigée afin que les juges concluent à l'absence de ce dernier, ce critère ne se confond-il pas avec l'exigence de nouveauté ?

## **2.2 *Un sentiment mitigé à la lecture de cet arrêt***

Ces interrogations sont accentuées par le fait que la rédaction de l'argumentation quant à l'impression globale est « confuse »,

---

16. GASNIER (Jean-Pierre), « Regards sur l'utilisateur averti dessiné par l'OHMI », *Propriété Industrielle* n° 9, septembre 2008, étude 18.

17. GASNIER (Jean-Pierre), « Un an de droit des dessins ou modèles », *Propriété Industrielle* n° 4, Avril 2009, chron. 3.

18. Tribunal de l'Union Européenne, 16 décembre 2010, Affaire T-513/09, §16 de la décision.

comme le souligne, à juste titre, Aymeric Vienne dans son commentaire<sup>19</sup>.

En effet, le Tribunal introduit des notions renvoyant au droit des marques quand il énonce aux paragraphes 22 et 23 que « la différence dans l'expression du visage des deux silhouettes constitue une caractéristique fondamentale qui est gardée en mémoire par l'utilisateur averti » ou bien encore par l'emploi de l'expression « impression qu'il gardera en mémoire ». L'emploi de ces expressions renvoie à « l'appréciation globale du risque de confusion dans un conflit entre deux marques, et la circonstance selon laquelle le consommateur moyen des produits concernés par les marques n'a que très rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques en cause, mais doit se fier à l'image non parfaite qu'il a gardée en mémoire »<sup>20</sup>.

Or, le personnage de référence en droit des marques n'est pas le même que celui du droit des dessins et modèles, de même que l'appréciation à laquelle doivent se livrer les juges quand deux droits sont en conflit, l'emploi de cette terminologie malheureuse ne faisant que semer le doute dans une décision qui manquait déjà de clarté.

Et ce d'autant plus que le Tribunal n'a pas examiné le moyen soulevé par les intervenants devant la division d'annulation, à savoir que le dessin et modèle contesté faisait usage en son sein d'un signe distinctif au sens de l'article 25 §1 e) du règlement. En vertu de celui-ci, un dessin ou modèle communautaire peut être déclaré nul « s'il est fait usage d'un signe distinctif dans un dessin ou modèle ultérieur et que le droit communautaire ou la législation de l'État membre concerné régissant ce signe confère au titulaire du signe le droit d'interdire cette utilisation ».

Cette absence nous conduit à nous interroger sur le fait de savoir si une décision similaire aurait été rendue sur le fondement du droit des marques, et notamment à l'occasion d'une action en contrefaçon. Comme l'indique Jean-Pierre Gasnier au sujet d'une autre décision de l'OHMI, « un dessin ou modèle pourrait être intrinsèquement nouveau et présenter un caractère individuel pour l'utilisateur averti, tout en étant identique ou similaire à une marque antérieure, dans la mesure où le public de référence pour apprécier la nouveauté

19. VIENNE (Aymeric), « Un nouveau conflit entre un dessin ou modèle ultérieur et une marque antérieure Arrêt T-513/09 du 16 décembre 2010 », en ligne <[www.regimbeau.fr/ACTU\\_JURIDIQUE/french](http://www.regimbeau.fr/ACTU_JURIDIQUE/french)>.

20. *Ibid.*, n° 19.

au regard de l'article 4 et l'utilisateur averti à l'aune duquel s'apprécie le caractère propre, ne se confondent pas nécessairement avec le public de référence pour apprécier le risque de confusion en droit des marques »<sup>21</sup>.

Si l'utilisateur doit être averti, dans le cas présent des enfants, il n'en va pas nécessairement de même de l'acheteur effectif du produit, qui pourrait n'être que d'attention moyenne. En l'occurrence, ce sont souvent les parents qui achètent les produits pour leurs enfants et, à ce titre, ils ne prêtent pas forcément une attention toute particulière à la silhouette ou aux sentiments s'en dégageant et pourraient alors ne pas être à même d'en saisir les différences. Ainsi, ceux-ci pourraient facilement être trompés par la présence de cette silhouette similaire sur le marché, ayant seulement gardé en mémoire la représentation d'un « lutin » que leur enfant leur quémandait depuis un moment. Et, quand bien même ils se rendraient compte que ce n'est pas vraiment le même, ils pourraient légitimement penser que ce n'est qu'une déclinaison de la marque et que le produit provient du même fabricant.

Dès lors, nous ne pouvons que déplorer que les juges européens n'aient pas, à l'instar de ce qu'ils avaient fait dans leur décision du 12 mai 2010<sup>22</sup>, dans une affaire où un modèle était également contesté en raison d'une marque antérieure, examiné la similitude et le risque de confusion.

Enfin, d'un point de vue pratique, cette décision nous amène à nous interroger sur l'efficacité des différentes protections, et notamment sur la nécessité d'un cumul entre le droit des marques et le droit des dessins et modèles, ainsi que sur la stratégie à adopter dans le choix des actions à entreprendre quand deux droits différents sont en conflit. À tout le moins, dans le cas d'espèce, le droit des dessins et modèles s'est avéré être une alternative précieuse à ce que le droit des marques n'aurait probablement pas permis directement !

21. GASNIER (Jean-Pierre), « Marque et dessin ou modèle : ne pas confondre ! », *Propriété Industrielle* n° 11, novembre 2006, comm. 88.

22. Tribunal de l'Union Européenne, 12 mai 2010, Affaire T-148/08 §50 de la décision : « Le motif de nullité visé à l'article 25, paragraphe 1, sous e), du règlement n° 6/2002 n'implique pas nécessairement la reproduction intégrale et détaillée d'un signe distinctif antérieur dans un dessin ou modèle communautaire ultérieur. En effet, quand bien même certains éléments y seraient ajoutés, il pourrait s'agir d'un usage dudit signe, notamment lorsque les éléments omis ou ajoutés sont d'une importance secondaire. »