



LE DÉPÔT D'UNE MARQUE

EN 10 QUESTIONS

1. Qu'est-ce qu'une marque ?

Une marque est un signe pour distinguer les produits et services de ceux d'une entreprise concurrente. Aux yeux du consommateur, du public, elle représente donc l'image de l'entreprise ou de ses produits et services.

Ainsi, une marque peut prendre plusieurs formes : **un mot, un nom, un slogan, des chiffres, des lettres, un logo, un dessin, une forme, une portée musicale ou une combinaison de ses différents éléments.**

2. Pourquoi déposer une marque ?

- Pour protéger sa marque,
- Pour obtenir un monopole d'exploitation,
- Pour avoir la possibilité de poursuivre en justice toute personne qui en ferait une utilisation frauduleuse ou abusive.

>> Pour un territoire donné

Exemple : la France pour un dépôt en France. La marque doit être déposée dans les pays où elle a vocation à être exploitée (cf. fiche « Les différentes voies du dépôt »)

>> Pour un ou plusieurs produits et services

Le dépôt est effectué dans une ou plusieurs classes de produits et services, selon l'exploitation envisagée de la marque : produits alimentaires, cosmétiques, ...

>> **Valable pendant 10 ans, renouvellement tous les 10 ans** ou par renouvellement anticipé afin d'y associer un nouveau dépôt en cas d'évolution ou de modification de la marque.

3. Qui peut déposer une marque ?

Toute personne physique (particulier, artisan, commerçant, créateur, etc.) ou morale (entreprise, association, société civile, ...) domiciliée en France ou dans un État membre de l'Union européenne ou encore de l'Espace économique européen peut déposer une marque.

4. Quelles sont les conditions à respecter ?

Le déposant doit s'assurer que :

- **sa marque est valide**, c'est-à-dire qu'elle doit pouvoir être représentée graphiquement, quelle que soit sa forme (nom, mot, dessin, logo, slogan) ; elle ne doit pas être trompeuse ni contraire à l'ordre public et aux bonnes mœurs ; elle doit être distinctive, c'est-à-dire ne pas être la désignation habituelle du produit ou service ni en décrire une caractéristique (qualité ou nature) ;
- **sa marque est disponible** : il appartient au déposant de vérifier au préalable, la disponibilité de la marque qu'il souhaite protéger, pour éviter notamment de déposer une marque identique ou similaire à une marque existante et déjà déposée.

5. Comment vérifier la disponibilité d'une marque ?

Il s'agit d'abord de vérifier qu'il n'existe pas de noms identiques dans un domaine d'activité identique ou similaire et pour des produits ou services identiques ou similaires. Ensuite, vérifier qu'il n'existe pas de noms similaires (ressemblances orthographiques, phonétiques et intellectuelles) avec une marque déjà déposée.



6. Quelles différences entre une marque, une dénomination sociale, une enseigne ou un nom de domaine ?

La dénomination est le nom de la société et figure dans sa déclaration d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés (RNCS). L'enseigne d'une entreprise identifie son local commercial et localise l'établissement ou s'exerce son activité. Le nom commercial est le nom sous lequel une entreprise se fait connaître de sa clientèle. Le nom d'une société ou de ses produits et services peut donc être protégé à titre de marque, de dénomination sociale ou de noms de domaine.

7. Quelles sont les étapes clés dans l'enregistrement d'une marque ?

Le dépôt d'une marque française s'effectue auprès de l'INPI dans certaines classes de produits et services. La marque est publiée 6 semaines après le dépôt. L'INPI effectue l'examen de validité de la marque mais ne vérifie pas sa disponibilité. Parallèlement à l'examen de l'INPI, la publication ouvre un délai de 2 mois aux tiers pour faire soit des observations soit opposition à l'enregistrement de la marque.

Si la demande de marque est régulière, l'enregistrement de la marque est effectué environ 5 mois après son dépôt.

8. Comment faire respecter sa marque à l'étranger ?

- Par le dépôt d'une marque nationale dans le pays concerné,
- Par le dépôt d'une marque de l'Union européenne auprès de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO),
- Par le dépôt d'une marque internationale auprès de l'INPI qui transmet la demande à l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI).

À noter : si le dépôt d'une marque française limite la protection de la marque aux frontières hexagonales, une demande d'extension à l'international peut bénéficier d'un droit de priorité dans les 6 mois suivant le dépôt français à l'INPI.

9. Combien coûte un dépôt de marque à l'INPI ?

- 210 € pour un dépôt en ligne (pour 1 à 3 classes)
- 250 € pour un dépôt papier (pour 1 à 3 classes)
- 42 € par classe supplémentaire
- 250 € le renouvellement d'une marque sur 10 ans

10. Que faire après le dépôt d'une marque en France ?

La marque est un bien immatériel. Son propriétaire doit donc veiller sur sa propriété et l'exploiter au mieux, comme il le fait pour tous ses biens.

La marque doit être exploitée. Si son propriétaire ne veut ou ne peut l'exploiter, une marque peut être vendue, apportée en société ou concédée dans le cadre d'une licence.

A savoir : une marque non exploitée dans les 5 ans qui suivent son enregistrement, peut faire l'objet d'une déchéance. De même pour une marque dont l'exploitation est abandonnée depuis plus de 5 ans.

Le propriétaire d'une marque doit veiller à ce que personne ne l'utilise ou ne limite pour commercialiser des produits identiques ou similaires, ni à ce que personne ne dépose une marque identique ou similaire. C'est bien au propriétaire d'une marque et non à l'INPI de s'opposer à l'enregistrement d'une nouvelle marque qui pourrait porter atteintes à ses droits.

Le propriétaire de la marque peut demander le renouvellement de sa marque tous les 10 ans.