

Marque Française

Soumis par Olivier Laidebeur

05-12-2006

Dernière mise à jour : 11-12-2006

La France permet depuis le XIXe siècle la protection des marques ; 70 000 marques françaises sont aujourd'hui déposées chaque année.

Qu'est-ce qu'une marque ?

C'est un signe, représenté de façon graphique, qui sert à distinguer les produits et services d'une entreprise de ceux de ses concurrents. Il peut notamment s'agir d'un mot ou d'une expression, d'un logo ou d'une combinaison de ces éléments. Ce signe doit posséder un caractère distinctif, c'est à dire permettre de différencier la marque des autres marques et des termes habituels désignant ces produits ou services.

Une marque peut être le nom d'un produit :

Lorsque l'on veut commercialiser un produit, il bénéficiera d'un meilleur accueil auprès des acquéreurs si il possède une signature, un signe, un nom pour le différencier des autres produits concurrents.

Une marque peut aussi être l'image d'une entreprise :

la raison sociale de l'entreprise, son logo sont intégrés à toutes les communications de l'entreprise, et constituent souvent ses premières marques, car l'entreprise se fait reconnaître par ces outils.

Pourquoi protéger une marque ?

Les marques constituent un élément fondamental dans une stratégie commerciale. La marque constitue un capital : elle offre au client un point de repère essentiel. La marque est un instrument indispensable pour communiquer avec le public. La marque n'identifie pas uniquement l'origine des produits : elle permet également d'établir avec les clients une relation fondée sur la confiance et la réputation.

Pourquoi déposer une marque ?

Une marque n'est protégée juridiquement que lorsqu'elle est déposée puis enregistrée. Même si une appellation est utilisée depuis plusieurs années, en l'absence de dépôt, cet usage ne crée aucun droit. Les tiers pourront donc utiliser cette appellation, voire même la déposer.

Principaux intérêts de la marque française

Les principaux intérêts de la marque française sont sa simplicité, son faible coût. Le dépôt peut être effectué très rapidement et offre la possibilité de protéger par la suite la marque à l'étranger, notamment au moyen d'un enregistrement international ou d'une marque communautaire.

Etendue de protection

La protection s'étend sur tout le territoire français. Seul un dépôt français permet de bénéficier d'une protection étendue à l'ensemble des Départements d'Outre-Mer et des Territoires d'Outre-Mer français. La marque communautaire ne couvre que les DOM.

Opposition

Une procédure d'opposition permet de faire respecter les droits des tiers. Une opposition peut être introduite dans une période de deux mois à compter de la publication de la marque.

Obligation d'usage de la marque

Il est indispensable d'utiliser la marque sur le territoire français au cours des cinq années suivant son enregistrement. A défaut, un tiers pourrait demander la déchéance de la marque, c'est à dire son annulation.

Droit exclusif d'usage

La marque française permet d'interdire aux tiers, en l'absence de consentement du titulaire, l'usage de la marque dans la vie des affaires pour des produits et services identiques ou similaires en France. Peuvent ainsi être interdits :

- l'utilisation du signe sur les produits ou leur conditionnement ;
- l'offre de produits ou services sous cette appellation, notamment dans les publicités, brochures ou papiers d'affaire ;
- l'importation ou l'exportation de produits sous cette appellation.

Liberté d'exploitation des droits de marque

Une marque française peut être facilement et librement transférée.

Une licence, exclusive ou non-exclusive, peut également être consentie au profit de tiers qui exploiteront la marque. Cette licence peut être consentie en contrepartie de redevances

Coûts

Les coûts pour obtenir une Marque française pour 10 ans se montent à environ 20 centimes d'Euro par jour pour le dépôt d'une marque dans trois classes.