

# TSTT - ACC

## FICHE 14 : LA MARQUE

### 1. DEFINITION

C'est le signe distinctif du produit.

### 2. PROTECTION DE LA MARQUE

Vérifier si la marque existe déjà.

- **Au niveau national** : si la marque est disponible, la déposer auprès de l'INPI pour pouvoir exercer des recours en cas de contrefaçons. Il y a un monopole d'utilisation de 10 renouvelable.
- **Au niveau international** :
  - **Au niveau européen**, il existe depuis mars 1994 une « marque communautaire ».
  - **Hors de la communauté européenne**, les formalités de dépôt doivent être effectuées pays par pays par le biais de l'OMPI (Organisation Mondiale de la Propriété Industrielle).

### 3. INPI

L'**institut National de la Propriété Industrielle** est un établissement public créé en 1951.

#### 3.1 TROIS ROLES

- Protéger les innovations en délivrant les titres de propriété intellectuelle.
- Informer par la mise à disposition d'un fonds documentaire et des actions de sensibilisation.
- Enregistrer tous les actes de la vie économique au Registre National du Commerce et des Sociétés.

#### 3.2 TROIS ENREGISTREMENTS

- **Marques** : le dépôt protège l'utilisation d'une marque pour 10 ans, durée indéfiniment renouvelable.
- **Brevets** : protège l'idée, l'innovation pendant 20 ans en versant des redevances annuelles.
- **Modèles** : on dépose un dessin pour le protéger pendant 25 ans, durée renouvelable une fois.

#### 3.3 LES PROTECTIONS DE L'INPI

|           | BREVET  | DESSINS OU MODELE   | MARQUE  |
|-----------|---|---|---|
| CONDITION | <ul style="list-style-type: none"><li>• Doit apporter une nouveauté.</li><li>• Ne doit pas être divulgué.</li><li>• Doit être une activité inventive.</li><li>• Doit être susceptible d'application industrielle.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Droit de création qui correspond à une nouveauté.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Une marque peut revêtir les formes les plus variées.</li><li>• Elle doit être arbitraire.</li><li>• Elle doit être disponible dans la spécialité.</li><li>• Elle ne doit pas être dans le langage courant.</li><li>• Elle doit être non descriptive.</li><li>• Elle doit être respectueuse de l'ordre public.</li></ul> |

|                                |   |  |   |
|--------------------------------|---|--|---|
| <b>PROCÉDURE</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche d'antériorité.</li> <li>• Dépôt par imprimé de requêtes : <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ descriptions,</li> <li>◦ dessins,</li> <li>◦ classifications.</li> </ul> </li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dépôt du modèle avec photo.</li> <li>• Durée : 25 ans renouvelable une fois.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dépôt d'un imprimé de requête avec description et classification.</li> <li>• Renouvelable indéfiniment tous les 10 ans.</li> </ul> |
| <b>DOMAINES</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vie courante,</li> <li>• transport,</li> <li>• chimie, textile,</li> <li>• mécanique,</li> <li>• physique,</li> <li>• électricité.</li> </ul> <p>Sauf :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• découverte scientifiques,</li> <li>• programme d'ordinateur,</li> <li>• les créations esthétiques,</li> <li>• les règles du jeu,</li> <li>• principes et méthodes.</li> </ul> | <p>Protège l'esthétique et non pas la technique.</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dénonciation,</li> <li>• signe sonore,</li> <li>• signe figuratif,</li> <li>• marque,</li> <li>• complexe.</li> </ul>              |
| <b>RECHERCHE D'ANTÉRIORITÉ</b> | <p>C'est une phase nécessaire pour savoir si le brevet est déjà déposé.</p> <p>L'OEB (Office Européen du Brevet) fait un rapport de recherche.</p>  | <p>Pas de recherche possible.</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche automatisée,</li> <li>• Ressemblance phonétique, orthographique et intellectuelle.</li> </ul>                            |
| <b>COÛT</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pour la France : de 3 050 à 4 600 €</li> <li>• Pour l'Europe : 30 500 €</li> <li>• International : 38 200 €</li> </ul>   | <p>40 € + 23 € par objet.</p>  | <p>1 500 €</p>  |
| <b>EXTENSION A L'ETRANGER</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire une seule demande par pays,</li> <li>• directement en langue étrangère,</li> <li>• les frais sont importants.</li> </ul>   | <p>Dépôt international dans 22 pays.</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marque nationale.</li> <li>• Marque communautaire.</li> <li>• Dépôt international dans 15 pays.</li> </ul>                         |

## 4. ROLE DE LA MARQUE

- **Au niveau commercial :**
  - **Faire connaître** : permet d'identifier le produit.
  - **Faire aimer** : permet de rassurer, de fidéliser le client, de communiquer la notoriété.
  - **Faire agir** : permet de faire choisir le produit parmi les concurrents.
- **Au niveau juridique** : permet de protéger l'innovation, de constituer un capital.

## 5. QUALITE DE LA MARQUE

Afin de jouer son rôle commercial, la marque doit avoir les qualités suivantes :

### 5.1 QUALITES JURIDIQUES

- **Etre disponible** : la marque doit être libre, non déposée auparavant à l'INPI.
- **Distinctive** : ne pas être un nom courant ou le nom du produit lui-même.
- **Loyale** : ne pas induire en erreur le consommateur.
- **Conforme à l'ordre public et aux bonnes mœurs.**

### 5.2 QUALITES COMMERCIALES

- Être évocatrice des qualités du produit (ex : Soupline).
- Être mémorisable (ex : Omo).
- Être facile à prononcer (ex : Dim).
- Être repérable, distinctive : différencier le produit des produits concurrents.
- Lisible.
- Déclinable.
- Exportable (ex : Coca Cola).
- Originale.
- Courte (ex : Bic).
- Euphonique (ex : Lactel).

## 6. CLASSIFICATION DES MARQUES

Une marque déposée à l'INPI peut appartenir à trois grandes catégories.

### 6.1 UN NOM

- Un nom patronymique (ex : Renault).
- Une association de mots (ex : la vache qui rit).
- Une dénomination fantaisie c'est-à-dire un terme n'ayant aucune signification (ex : Candia).
- Une dénomination arbitraire, c'est-à-dire un terme détourné de son sens initial (ex : Carrefour).

- Un nom géographique (ex : BN pour Biscuiterie Nantaise).

## 6.2 UN CHIFFRE

- Une combinaison de chiffres et de lettres (ex : K2R).

## 6.3 UNE IMAGE DE SYNTHESE

- Un signe sonore (ex : le slogan de Vrai : la vie la vraie).
- Un signe distinctif (ex : le crocodile Lacoste).
- Un dessin.

# 7. LA POLITIQUE DE MARQUES

## 7.1 LES MARQUES DE PRODUCTEURS

- **Même marque** pour tous les produits (ex : Renault...).
- **Une marque par gamme ou ligne de produit**.
- **Marque ombrelle** : marque qui recouvre plusieurs gammes (ex : Mars : même marque en épicerie et en glace).
- **Marque produit** : une marque pour chaque produit (ex : Ariel, Génie...).
- **Marque caution** : marque générique avec un complément par produit (Gillette Sensor, Gillette GII...).

## 7.2 LES MARQUES DE DISTRIBUTEUR

- **Marque de distributeur** : marque créée par le distributeur (ex : Marque repère de Leclerc).
- **Marque enseigne** (ex : produits Carrefour...).
- **Produits drapeaux** : produits aussi bons qu'une marque de producteur, mais moins chers (ex : produits n°1 de Carrefour).
- **Produit générique** : produit sans marque ni signe distinctifs, qualité moyenne voire basse.

## 7.3 LES MARQUES COLLECTIVES

Des producteurs s'unissent pour proposer leurs produits sous la même marque.