

# ECONOMIE | La vie juridique et financière

Rédaction : 04.78.14.76.00 - lpreconomie@leprogres.fr ; Publicité : 04.72.22.24.37 - lprpublicite@leprogres.fr ; Annonces légales : 04.72.22.24.25 - lpral@leprogres.fr

## BON À SAVOIR

### Se protéger sur Internet

« Lorsque l'on dépose sa marque auprès de l'Inpi, il est judicieux de déposer dans le même temps un nom de domaine Internet auprès de l'Afnic <sup>(1)</sup> », défend M<sup>e</sup> Saint-Père. Ceci afin d'éviter les spéculations. Acheter un nom de domaine est simple et peu coûteux... ce qui peut être dramatique pour une entreprise qui ne s'est pas protégée par un dépôt de marque et ne dispose pas d'une antériorité sur le terme choisi pour lancer une

campagne promotionnelle sur un produit vendu sous ce terme. Comme lorsqu'un spéculateur a acheté le nom pour quelques dizaines d'euros, pour vous le revendre plusieurs milliers. Ou pire : quand le concurrent détient le nom de domaine de votre marque. « Le simple fait d'acheter ce nom vous en rend propriétaire. Il ne faut pas s'en priver », ajoute M<sup>e</sup> Saint-Père. L'attribution d'un nom de domaine se fait auprès de l'un des bureaux d'enregistrement listé sur l'annuaire figurant sur le site internet de l'Afnic.

(1) Association française pour le nommage Internet en coopération



**M<sup>e</sup> Henri Saint-Père**

Avocat au sein du cabinet Ratheaux, département droit des contrats et concurrence.

Photo Yann Foray

# Les clés qui permettent de verrouiller sa marque

**Propriété industrielle.** La marque constitue un point de repère pour le consommateur : c'est l'image de l'entreprise. « Ne pas la protéger peut permettre aux concurrents de l'utiliser et de bénéficier de vos efforts », analyse M<sup>e</sup> Saint-Père.

Confusion, contrefaçon, concurrence déloyale... Face à ces risques, le dépôt de marque protège : « grâce à ses garanties, une action pénale est envisageable. » Mot, nom, logo, slogan, chiffres, lettres ou signe sonore peuvent être déposés auprès de l'Institut national de la propriété intellectuelle (Inpi).

### Vérifier

Avant toute chose, un entrepreneur doit s'assurer de la disponibilité de la marque : via la base de données en ligne de l'Inpi <sup>(1)</sup> ou directement sur place, où des documentalistes peuvent apporter leur aide gratuitement. Attention, un dépôt de marque se fait par « classe » : il faut associer la marque à un ou plusieurs types d'activité. Le déposant doit donc s'assurer que la marque qu'il souhaite protéger n'est pas déjà utilisée dans l'une des 45 classes (catégories d'activité) de la classification internationale des produits et services, notamment disponible via le site de l'Inpi. « En fait, un dépôt de marque ne sacralise pas un nom de manière

générale. Il protège le signe qui identifie un produit ou un service », prévient M<sup>e</sup> Saint-Père. « On peut donc imaginer produire du café avec la marque Renault, si aucune autre société n'a déposé cette marque dans la classe qui correspond au café. » Il est possible de déposer plusieurs classes, mais cela augmente, d'une part, les coûts, mais surtout les risques d'un dépôt antérieur d'un même nom.

### Déposer

Vérifications faites, le demandeur remplit un formulaire de dépôt qui comprend son identité, le nom et, s'il y en a un, le logo de la marque, ainsi que le libellé des produits ou services avec la classe correspondante. Ce dépôt a un coût, variant selon le nombre de classes déposées (forfait de 225 € jusqu'à trois classes, puis 40 € par classe supplémentaire). L'Inpi dresse un accusé de réception avec la date du dépôt, « qui a valeur d'antériorité », précise M<sup>e</sup> Saint-Père. « La marque n'est pas encore enregistrée mais vous êtes le premier à

l'avoir déposée. » Puis, l'organisme rend public le dépôt en le publiant dans le Bulletin officiel de la propriété industrielle (Bopi) et permettant à l'Inpi de savoir s'il y a des oppositions à l'enregistrement de la marque demandée (un logo dont la forme et les couleurs sont trop proches d'une marque déjà déposée par exemple). « Cette publication permet à n'importe qui d'émettre une objection », avertit l'avocat.

### Enregistrer

Si rien ni personne ne s'oppose à ce dépôt de marque ou que le déposant a répondu aux éventuelles objections, alors l'Inpi publie, cette fois, l'enregistrement au Bopi. Patience toutefois : l'institut a un délai minimal de cinq mois, le temps d'achever la procédure de vérification. « Le déposant reçoit enfin un certificat d'enregistrement. Il devient officiellement propriétaire de la marque, ce qui le protège pour une période de dix ans, renouvelable », conclut M<sup>e</sup> Saint-Père. ■

Yann Foray