



Les marques

Mots clés : Marque / Logo / Enregistrement / OBPI / OHMI / Taxes

1. Définition

La marque est un signe distinctif permettant à une personne ou à une entreprise d'identifier ses produits ou ses services. Si la marque est enregistrée, le titulaire pourra l'utiliser de manière exclusive. En conséquence, si une personne utilise la marque enregistrée, le titulaire pourra faire interdire l'utilisation de la marque par cette autre personne.

Si il est vrai qu'une marque peut être un slogan, une musique, une couleur, ou même une forme, il n'en reste pas moins vrai que la plupart des marques enregistrées portent sur :

- Un mot (par exemple : coca-cola, Windows, Ikea,...), on parle alors de marque verbale ;
- Une combinaison d'un mot et d'un logo, on parle alors d'une marque complexe.

2. Pourquoi une marque ? Pour se distinguer des autres !

Quelle que soit la marque envisagée, celle-ci doit permettre de distinguer le produit créé par le titulaire de celui des autres artisans ou auteurs. La marque fait partie de l'identité du titulaire qui l'utilise comme outil de marketing et l'utilise pour indiquer sur le marché que le produit, sur lequel sa marque est apposée, provient de sa production et non de celle d'un tiers concurrent.

S'agissant d'un outil marketing, une fois la marque apposée sur une création, celui qui achète ensuite ce produit est alors en mesure de l'associer à la personne qui l'a créé. Cela peut donc, aux yeux du public, être un gage de qualité : combien de personnes achète tel produit uniquement parce qu'il s'agit d'une marque en laquelle ils ont confiance ?

3. Conditions d'enregistrement

Une marque nécessite d'être enregistrée. Elle peut être enregistrée pour un territoire plus ou moins large. Il s'agit au minimum du BENELUX, mais parfois, certains créateurs souhaitent élargir leur protection à l'ensemble de l'Union Européenne, voir aux Etats-Unis, Canada, Chine, Russie,...

En tout état de cause, une marque doit répondre aux conditions d'enregistrement suivantes :

- La marque doit être un signe susceptible de représentation graphique : Un mot, un logo, la combinaison des 2, une couleur... Il s'agit de signes susceptibles d'être représentés par écrit ou graphiquement.
- La marque doit comporter un caractère distinctif : Elle doit permettre au titulaire de distinguer le produit de celui des concurrents et permettre au public de l'identifier. *Quelques exemples:* ne pourraient être considérées comme distinctives les marques suivantes : « chaise » si le produit est une chaise, « savon » si le produit est un savon, « wet clothes » pour des vêtements imperméable, ou un logo représentant directement l'objet (un fruit ou un légume pour un marchand de produits frais). Dans chacun de ces cas, la marque serait considérée comme descriptive, rendant impossible l'enregistrement. Et pour cause : comment distinguer le produit s'il s'agit du mot qui le décrit ou d'un dessin qui le représente...
- La marque doit être disponible : Hors de question d'enregistrer une marque qui existe déjà: elle n'est plus disponible ! Une réserve doit cependant être émise dans la mesure où les marques sont attachées à un type de produits ou de services spécifié dans l'enregistrement. Il pourrait être envisagé d'enregistrer une marque existante pour autant que les produits ou services respectifs ne puissent être confondus. Ces vérifications doivent être faites par des professionnels.



- La marque doit être licite : Il existe de nombreux cas de restriction de l'enregistrement d'une marque. Citons les plus courants. Une marque ne peut être enregistrée si :
 - » Elle est contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs;
 - » Elle reprend des armoiries, drapeaux et autres emblèmes d'Etat, les emblèmes et les dénominations des organismes internationaux, etc ;
 - » Elle est susceptible de tromper le public. Cela peut porter tant sur la nature, la qualité ou la provenance géographique des produits ou services proposés.

4. Coût d'enregistrement d'une marque

Deux aspects influencent le coût d'enregistrement d'une marque :

- L'étendue du territoire d'une part ;
- Le coût de l'intermédiaire qui procède à l'enregistrement (société spécialisée, avocat,...) d'autre part.
 - » Les taxes d'enregistrement de la marque varient en fonction du territoire. Elles sont en principe de 240,00 EUR pour le Benelux et de 900,00 EUR pour l'ensemble de l'UE.
 - » Le coût de l'intermédiaire est le second aspect à prendre en compte. Celui-ci doit vérifier si la marque est disponible (absence d'autres marques identiques ou similaires) et si les conditions d'enregistrement sont respectées. Il doit ensuite procéder à l'enregistrement en tant que tel et assurer le suivi du dossier jusqu'à la publication de la marque. L'ensemble de ces prestations peuvent prendre plusieurs heures. Il y a donc lieu de demander à l'intermédiaire visé son taux horaire. Idéalement, il faut lui demander l'application d'un forfait « tout compris ».

Artist Project a développé un partenariat avec un cabinet d'avocat et a convenu avec celui-ci de conditions préférentielles pour ceux qui le souhaite.

5. Durée

La durée de protection d'une marque est de 10 ans. L'enregistrement est cependant renouvelable de sorte qu'il est possible de bénéficier de l'enregistrement de sa marque aussi longtemps qu'il est nécessaire pour autant que soit payé à chaque renouvellement le montant de la taxe correspondant.

Plus d'informations :

www.economie.fgov.be/fr/entreprises/propriete_intellectuelle

www.boip.int (via ce lien, vous trouverez une brochure récapitulative relative aux marques)

www.oami.europa.eu