

Quelle est la fiscalité attachée à une cession de marque ?

Description

La cession de marque est un contrat par lequel le titulaire d'une [marque déjà déposée](#), appelé cédant, transfère la propriété de son droit à un tiers nommé cessionnaire. Ainsi, le contrat de cession de marque permet au cessionnaire d'acquérir les droits attachés à la marque. Il s'agit notamment du droit d'exploitation commerciale et de l'utilisation de la marque. Ces droits peuvent résulter d'une cession partielle ou exclusive de la marque. La cession d'une marque implique des répercussions fiscales nécessitant une évaluation précise de sa valeur.

[Modèle de contrat de cession de marque](#)

Qu'est-ce qu'une cession de marque ?

La cession de marque est un **contrat par lequel le titulaire d'une marque, appelé cédant, transfère par le truchement d'un contrat, la propriété de son droit à un tiers désigné comme cessionnaire.**

Autrement dit, le cédant cède les droits attachés à la marque, tels que le droit d'exploitation commerciale et l'utilisation exclusive de la marque dans une zone géographique spécifiée.

Ainsi, l'acquéreur **jouit légalement d'une marque déjà déposée**, avec tous les droits et privilèges qui y sont associés.

Quelles sont les différentes modalités de cession de marque ?

Le cessionnaire peut décider de céder tout ou partie de sa marque. Il peut également le faire à titre gratuit ou à titre onéreux. Il est nécessaire de comprendre les implications de chaque type de cession de marque afin de faire un choix avisé.

Cession totale ou partielle de marque

La cession de marque **peut être partielle ou totale**. Une cession partielle de marque **implique que le vendeur et l'acquéreur bénéficient tous deux du droit d'exploiter la marque**

. L'acquéreur sera limité à l'utilisation de certains produits ou services de la marque et il est également possible d'imposer des restrictions temporelles.

En revanche, lorsque la cession est totale, elle **implique le transfert complet de tous les droits associés à la marque, du cédant au cessionnaire**, y compris les droits d'exploitation et de propriété intellectuelle.

Par ailleurs, une fois la cession effectuée, le cédant ne peut pas récupérer les droits de la marque, sauf disposition contraire prévue dans le contrat.

En outre, la cession totale de marque n'est **pas soumise à des restrictions territoriales**. Ainsi, le cessionnaire peut exploiter la marque dans toutes les zones géographiques.

Aussi, le cessionnaire est généralement responsable des frais et obligations associés à la marque après la cession. Cette modalité de cession est utilisée dans les situations où le propriétaire de la marque souhaite se désengager complètement de ses droits.

Bon à savoir : En cas de cession partielle de marque, il est recommandé de faire appel à un professionnel dès l'étape des négociations. Cela permet de mieux encadrer les droits de chaque partie afin de réduire les risques de conflits.

Cession à titre onéreux ou gratuit

La cession **peut se faire à titre onéreux ou être totalement gratuite**.

Lorsque la cession de marque est faite à titre onéreux, elle **implique un transfert de propriété en contrepartie d'une redevance**. Ainsi, le cédant reçoit une contrepartie financière en échange de la renonciation de ses droits sur la marque.

Par ailleurs, la détermination de la valeur de la marque tient compte de divers paramètres notamment sa notoriété, sa réputation et son potentiel commercial.

Contrairement à la cession à titre onéreux, la cession à titre gratuit **ne nécessite aucune contrepartie financière**. Elle est motivée par d'autres raisons qui ne sont pas financières. À ce titre, elle est considérée comme une donation.

Par conséquent, elle implique de prendre des précautions assez particulières sur le plan juridique car elle peut facilement faire l'objet de contestation.

Que la cession se fasse à titre onéreux ou à titre gratuit, il est nécessaire de prendre

des précautions juridiques afin d'assurer la validité du transfert.

Attention : L'entente de cession entre le cédant et le cessionnaire entraîne un transfert immédiat de la créance. Cela signifie que la créance cédée cesse d'appartenir au patrimoine du cédant pour faire partie intégrante du patrimoine du cessionnaire.

Les modalités de **cession de marque**



1

Cession totale



2

Cession partielle



3

À titre onéreux



4

À titre gratuit

LegalPlace.

Quelles sont les obligations des parties impliquées ?

A l'instar de tout contrat synallagmatique, le [contrat de cession de marque](#) met des obligations à la charge de chaque partie. Le non-respect de ces obligations peut entraîner des conséquences significatives pouvant aboutir à la nullité de l'acte sous-seing privé.

Obligations du cédant

Le cédant d'une marque a un certain nombre d'obligations à l'égard du cessionnaire afin de garantir la validité de l'acte de cession.

Ainsi, il doit **fournir une description précise de la marque cédée**. Il est nécessaire qu'il certifie sa légitimité en tant que propriétaire de la marque et sa capacité à l'accéder.

En outre, il assure la garantie des vices cachés et de litiges potentiels. Il doit également livrer tous les documents nécessaires à la cession de la marque et **respecter les clauses de confidentialité et de non concurrence** après la cession.

Obligations du cessionnaire

Le cessionnaire d'une marque n'est pas exempt d'obligations à l'égard du cédant. Ainsi, il se doit de respecter les conditions spécifiées dans le contrat de cession. Il **doit utiliser la marque tel que spécifié dans le contrat** s'il s'agit d'une cession partielle.

Aussi, il **doit respecter les clauses de confidentialité et de non concurrence** si le contrat les a précisées.

Par ailleurs, il **a à sa charge les frais de mutation de la marque ainsi que les formalités de mise à jour des informations** de propriété sur le site de l'[INPI](#).

A noter : L'intervention d'un notaire au contrat de cession de marque n'est pas obligatoire car il s'agit d'un acte sous seing privé.

Comment procéder à la rédaction d'un contrat de cession de marque ?

L'INPI ne fournit **pas de modèle de contrat de cession de marque**. Toutefois, il est nécessaire que le contrat comporte un certain nombre de **clauses permettant de limiter le risque de conflit et d'assurer la validité de l'acte**.

L'absence de validité de l'acte de cession pourrait entraîner une accusation de [contrefaçon](#) contre le cessionnaire.

Les clauses qui s'avèrent nécessaires sont notamment :

- Identification des parties : identifier clairement le cédant et le cessionnaire;
- Description de la marque : faire une description détaillée de la marque ;
- Conditions de cession : mentionner les modalités de la cession, le prix, les différentes obligations des parties ;

- Garanties : mentionner les garanties fournies par le cédant telles que la garantie contre tout litige en cours, ainsi que la validité de la marque ;
- Clauses de confidentialité : spécifier les clauses de confidentialité permet de protéger les informations jugées sensibles ;
- Clause de non concurrence : elle interdit au cédant de mener des actions concurrentielles au cessionnaire après la cession de la marque ;
- Clause de résolution de conflits : prévoir la manière dont les parties souhaitent résoudre leurs différends, le cas échéant ;
- Signatures : préciser la date est important. Il faut également apposer les signatures des différentes parties prenantes.

Quel est le coût de l'inscription auprès de l'INPI ?

La demande d'inscription peut être déposée par l'une des parties ou par un mandataire tel qu'un avocat. Ce dernier a le pouvoir de représenter les parties pour les formalités d'inscription.

Il existe 2 options pour la procédure d'inscription : la procédure classique et la procédure accélérée.

La procédure accélérée prend quelques jours, tandis que la procédure classique prend quelques semaines.

En ce qui concerne la procédure d'inscription classique, le **coût est de 27 € par marque**. En revanche, la procédure accélérée **nécessite un supplément de 52 € par marque**, en plus des 27 € de frais de base.

Une fois inscrite, une annonce doit être publiée au bulletin officiel de la propriété industrielle.

Zoom : Créez le [contrat de cession de votre marque](#) avec l'aide de LegalPlace ! Il vous suffit de compléter le formulaire en ligne en quelques minutes. Grâce à cette méthode, la cession de votre marque peut être réalisée de manière efficace et rapide tout en respectant les exigences spécifiques à chaque type de contrat. Votre document est prêt en quelques clics.

Quelle incidence fiscale en cas de cession de marque ?

La cession d'une marque par le biais d'un contrat de cession de marque **entraîne des implications fiscales significatives**

. Ces implications dépendent de plusieurs facteurs, notamment du fait que la cession soit à titre gratuit ou onéreux et du fait de l'exploitation ou non de la marque au moment de la cession.

Lorsque la cession est à titre gratuit, elle est **assimilée à une donation** sur le plan fiscal.

En revanche, lorsqu'elle est à titre onéreux, il est nécessaire de **tenir compte du critère de l'exploitation**.

Pour une marque exploitée, l'enregistrement entraîne des droits d'enregistrement progressifs :

- Cession inférieure à 23 000 € : pas de taxe ;
- Cession entre 23 000 € et 107 000 € : taxe de 2 % ;
- Cession entre 107 000 € et 200 000 € : taxe de 0,60 % ;
- Cession supérieure à 200 000 € : taxe de 2,60 %.

Pour une marque non exploitée, elle est **considérée comme un bien professionnel et est assujettie à la TVA**. Dans cette situation, la cession relève d'une activité économique taxable et non d'une gestion patrimoniale.

FAQ

Quelle est la différence entre la cession d'une marque et la licence d'une marque ?

La cession de marque implique le transfert complet de la propriété de la marque du cédant au cessionnaire, tandis que la licence de marque autorise un tiers à utiliser la marque du propriétaire en contrepartie d'une rémunération ou d'une redevance. Ainsi, le cédant perd ses droits sur la marque et n'a plus aucun contrôle sur son utilisation, alors que dans le cas de la licence, il conserve la propriété de la marque et peut imposer des conditions d'utilisation au licencié.

Est-il possible d'exploiter une marque sans être propriétaire ?

Il est possible d'exploiter une marque sans en être le propriétaire à condition d'obtenir

l'autorisation du titulaire de la marque. Cette autorisation peut être accordée par le biais d'un contrat de licence de marque qui permet au propriétaire de la marque d'accorder à un tiers le droit d'utiliser sa marque en contrepartie de redevances ou d'autres avantages. Toutefois, il est nécessaire que les conditions de cette exploitation soient précisées par un contrat pour limiter les risques juridiques.

Pourquoi est-il nécessaire d'inscrire la cession de marque à l'INPI ?

Inscrire la cession de marque à l'INPI permet d'assurer la validité juridique de l'acte et de protéger les droits des différentes parties prenantes. Aussi, la publicité dont elle fait l'objet permet de la rendre opposable aux tiers et constitue une preuve légale du transfert des droits du cédant au cessionnaire.