

Comment créer sa marque

Description

Comment créer sa marque ? Cette question se pose chez de nombreux entrepreneurs pour établir une distinction entre les biens ou les services d'une entreprise et ceux des ses concurrents.

[Créer son entreprise](#) et sa marque peut s'avérer complexe donc il est important de bien cerner le projet et de suivre les démarches de création et de dépôt rigoureusement.

[Créer mon entreprise en ligne](#)

Comment créer sa marque : la définition ?

Conformément à l'[article L.711-1 du code de la propriété intellectuelle](#), une marque **est un signe ou une série de signes distinctifs** (comprenant un nom, un logo, une charte graphique, etc.).

En pratique, une marque permet aux consommateurs de **différencier les produits et les services de ceux des concurrents**.

De plus, une marque peut se rattacher à un producteur et être une marque propre ou à un distributeur.

Attention : la seule dénomination sociale d'une entreprise ne permet pas de revendiquer la marque en qualité de marque déposée. C'est pourquoi, la procédure à suivre pour déposer une marque sera détaillée au cours de l'article.

Pourquoi créer sa marque ?

Une marque peut être créée pour différents besoins d'une activité.

Bon à savoir : dans tous les cas, la création et le dépôt d'une marque n'est pas une obligation mais est vivement conseillée.

Ainsi, la création et le dépôt d'une marque permet à son propriétaire et à l'entreprise affiliée de bénéficier des avantages suivants :

- La distinction des concurrents ;
- La naissance d'une confiance et d'une crédibilité auprès des consommateurs ;
- La constitution d'une clientèle loyale en lui offrant un repère ;
- Faciliter la vente des produits et/ou des services ;
- Apporter une valeur ajoutée au produit ;
- La contribution à l'expansion de l'entreprise, etc.

De plus, créer et déposer sa marque, permet de pouvoir en **revendiquer sa propriété et d'exercer un monopole** sur celle-ci. Par exemple si le projet est de [créer une entreprise d'accessoires de mode](#), il peut être avantageux de créer sa marque.

C'est-à-dire que le propriétaire est le **seul à pouvoir l'utiliser, la vendre et l'apposer** sur des produits ou des services.

Ainsi, si un tiers utilise une marque déposée sans l'accord du propriétaire, il encourt des sanctions.

Néanmoins, avant de créer et de déposer une marque auprès de l'INPI, il y a quelques étapes préalables à accomplir.

Quelles sont les étapes préalable à la création d'une marque ?

Avant de savoir comment créer sa marque, il a quelques points à aborder, à savoir : les questions préalables, le choix de la structure à laquelle la marque sera rattachée et les formalités de création d'entreprise correspondantes.

Les questions préalables

Avant de créer sa marque, la première étape est de **trouver l'idée la plus aboutie possible**.

A cette fin, il est essentiel de s'interroger sur les objectifs, les cibles, la visibilité future du projet et de l'image que vous souhaitez renvoyer par la création de ladite marque.

Une fois l'idée trouvée, **le projet doit être délimité**, c'est-à-dire savoir quels moyens financiers et humains doivent être répertoriés.

C'est à ce stade que pourront être réalisés l'étude de marché et le [business plan complet](#).

Un tel business plan comprend la présentation du projet et de l'équipe, l'étude de marché, les partenaires et les fournisseurs, les objectifs poursuivis, le financement, etc.

Enfin, les créateurs **devront s'interroger sur l'identité de la marque**, c'est-à-dire définir sa plateforme faisant qu'elle se différencie des autres par ses missions, ses cibles, ses valeurs, etc.

Le choix la structure juridique

Avant de créer sa marque, il faut avant tout **créer une structure juridique pour exercer votre activité**.

Le choix de la structure varie selon que vous envisagez de lancer un projet seul ou à plusieurs.

Voici un tableau récapitulatif des différentes structures envisageables et leurs caractéristiques.

	EI	SARL/EURL	SAS/SASU
Nombre de personnes		– 1 pour l'EURL – Au minimum 2 jusqu'à 100 maximum	– 1 pour la SASU – Au minimum 2 ou plusieurs sans limitation
Personnalité morale ¹			

Protection du patrimoine personnel	Insaisissabilité du patrimoine personnel (depuis la loi du 14 février 2022)	Distinction des patrimoines personnel et professionnel	Distinction des patrimoines personnel et professionnel
Statuts à rédiger	Non	Oui	Oui
		– Formulaire à remplir auprès du guichet unique sur le site de l'INPI ; – Statuts ;	
Formalités de création	– Formulaire à remplir auprès du guichet unique sur le site de l'INPI ; – Déclaration de non-condamnation pour l'entrepreneur	– Annonce légale ; – Déclaration de non-condamnation pour les dirigeants, – Dépôt des fonds sur un compte bloqué, le cas échéant rapport du commissaire aux apports sur les apports en nature	– Formulaire à remplir auprès du guichet unique sur le site de l'INPI, – Statuts, – Annonce légale, -Déclaration de non-condamnation pour les dirigeants, le cas échéant rapport du commissaire aux apports sur les apports en nature

Patrimoine de l'entreprise	Confondu avec le patrimoine personnel	Patrimoine propre à la société	Patrimoine propre à la société
Organe de direction	Entrepreneur individuel	Gérant, obligatoirement personne physique associée ou non	Président + autres organes possibles, personne physique ou morale associée ou non
Statuts possibles pour le conjoint	Conjoint collaborateur ou conjoint salarié	Conjoint collaborateur (si gérant majoritaire), conjoint associé ou conjoint salarié	Associé ou conjoint salarié

Bon à savoir : Le statut de [micro-entrepreneur](#) rencontre également un grand succès chez les entrepreneurs souhaitant bénéficier d'un régime simplifié de l'entreprise individuelle (EI). Ce statut a pour avantages sa simplicité de fonctionnement, et son régime micro-fiscal et micro-social.

Les formalités de création d'entreprise

Une fois avoir choisi la structure juridique grâce à laquelle l'activité rattachée à la marque sera exercée, les créateurs doivent **accomplir les formalités de création d'entreprise** relatives à la structure choisie.

La première étape à accomplir à ce titre est la rédaction des statuts, quelque soit la forme de l'entreprise (SARL, SA, SAS, SNC, EURL, etc.)

Attention : la rédaction d'un tel document n'est pas requise si vous choisissez de créer une entreprise individuelle (EI) ou une micro-entreprise.

Ensuite, les fondateurs doivent **procéder au dépôt de capital social** sur un compte bloqué jusqu'à l'immatriculation de la société.

Les apports en numéraire sont à effectuer par chèque, virement bancaire ou remise d'espèce.

A noter : au-delà des apports en numéraire d'autres types d'apports peuvent être effectués à savoir des apports en nature (un bien autre qu'une somme d'argent) ou des apports en industrie (un savoir-faire mis à profit de l'entreprise).

Ensuite, il est **remis une attestation de dépôt des fonds** à conserver afin d'accomplir les formalités d'immatriculation de l'entreprise.

Ainsi, de telles formalités s'effectuent, depuis le 1er janvier 2023, auprès du guichet unique sur le site de l'INPI. Les documents demandés doivent être apportés au format numérique.

Une fois le dossier complet, le guichet unique se charge de transmettre le dossier aux organes administratifs compétents pour immatriculer la société.

Zoom : Nos experts vous proposent de vous accompagner pour [créer votre entreprise](#), en seulement quelques clics. Il vous suffit simplement de remplir un rapide questionnaire en ligne, nous transmettre les pièces justificatives nécessaires. Nos équipes se chargeront de votre saisie en ligne, jusqu'à la constitution de votre entreprise.

Comment créer sa marque ?

Une fois les étapes préalable accomplies, voici les différentes étapes pour créer sa marque :

- Cibler le marché ;
- Définir la personnalité et la vision de la marque ;
- Choisir le nom de la marque ;
- Trouver un slogan ;
- Faire un logo ;
- Etablir l'identité visuelle de la marque ;
- Associer l'image de marque à l'entreprise.

Cibler le marché et la concurrence

Pour créer une marque, comme évoqué ci-avant, il est important de cibler à qui elle s'adresse, **quel est le marché et quels sont les concurrents**.

En pratique, vous pouvez rechercher sur internet les concurrents direct du produits ou du service ou directement dans la zone géographique visée.

Vous pouvez également discuter avec des gens de l'audience et de la cible et même **acheter les produits des concurrents** afin de pouvoir réellement comparer les produits et/ou les services proposés.

Définir la personnalité et la vision de la la marque

Ensuite, vous pourrez **établir la vision de votre marque et définir ses composantes**.

Cela permettra de créer le branding et de de donner le ton à votre marque.

Pour ce faire, il peut être utile de **créer une formule de positionnement** afin de créer un réel avantage concurrentiel.

Dans un même ordre d'idée, il est possible d'associer des mots spécifiques à votre marque pour attirer le public cible.

Bon à savoir : utiliser des métaphores ou des concepts permet aussi d'utiliser l'usage de la marque et offrir la possibilité au public de s'y apparenter.

Choisir un nom pour la marque

Que vous ayez déjà une idée de nom pour votre marque ou que vous soyez en plein recherche, des outils existent pour faciliter votre recherche.

En effet, vous pouvez utiliser un générateur en ligne.

Dans tous les cas, il faut penser à votre clientèle cible et que le nom de la marque **soit percutant, simple à retenir et à prononcer.**

Cependant, légalement, le nom de la marque ne doit pas avoir vocation à décrire le service ou le produit proposé par cette marque et ne doit pas communiquer de fausses informations au consommateur sur la nature ou la provenance du produit.

Attention : des noms de marques contraires à l'ordre public et aux bonnes mœurs (des noms discriminants par exemple) sont interdits.

Le [nom de la marque](#) peut être créé en interne, ou par une agence.

Lorsque vous souhaitez créer une marque, il faut s'assurer au préalable que le nom **représente une marque valable (licite, distinctive et disponible).**

Cela signifie qu'elle ne doit pas être contraire à l'ordre public et aux bonnes mœurs, ni induire le public en erreur sur le caractère du produit. De plus, elle **ne doit être ni générique, ni descriptive.**

Trouver un slogan

Une fois le nom de la marque déterminé, il convient de **s'intéresser au design de la marque.**

Pour cela, vous pouvez déterminer une couleur ainsi qu'une typographie.

Les couleurs et la typographie renvoient à différentes émotions selon celles que vous souhaitez faire ressentir à vos clients.

Ces attributs vont de pair avec la création d'un logo pour la marque.

Ainsi, il s'agit d'une **expression concise et descriptive** pouvant facilement être ajoutée à la biographie sur les réseaux sociaux, même directement sur le produit le cas échéant ou dans les pubs, etc.

Dans tous les cas, il doit **être court et créer un fort compact chez les potentiels futurs clients**.

Bon à savoir : là encore des agences de marketing sont spécialisées dans le marketing des marques en fonction du projet établi. Si besoin n'hésitez pas à vous faire accompagner par des professionnels.

Faire un logo

Dans le même temps de détermination des couleurs, de la typographie et du logo, il est conseillé **d'associer logo à votre marque**.

En effet, il représente l'image de l'entreprise et encore plus que le slogan, il sera affiché partout où votre marque sera présente.

En pratique, mieux vaut que le logo **soit unique et identifiable quelque soit les dimensions** et là où il se trouve (réseaux sociaux, site web, publicité, etc.).

A noter : il existe plusieurs types de logo, à savoir : le logo abstrait (sans signification explicite), le logo mascotte, le logo emblème, acronyme, icône, reprenant un mot entier ou encore un logo créé grâce à une combinaison de style.

Etablir le design et l'identité visuelle de la marque

L'identité visuelle d'une marque représente sa carte graphique composée d'un logo, d'une typographie, de couleurs ou encore de pictogrammes.

Elle **permet d'identifier la marque auprès de vos clients**, vos partenaires et vos employés.

Par conséquent, l'identité visuelle choisie doit correspondre à la stratégie définie, comme énoncé précédemment.

Associer l'image de marque à l'entreprise

Enfin, la dernière étape est d'**associer la marque à la stratégie de toute l'entreprise**.

A ce stade, la stratégie de marque consiste à maintenir au sein de toute l'entreprise une histoire de marque cohérente.

Cela permet d'avoir un **discours similaire et cohérent devant tous les clients**.

Généralement, pour créer cette histoire de marque les points suivants sont souvent abordés :

- Les raisons ayant conduit à la création de l'entreprise ;
- La justification de l'existence de l'entreprise ;
- L'histoire de l'entreprise que doit connaître le client, etc.

Enfin, la marque doit **continuer d'évoluer au fur et à mesure du développement** et de l'expansion de l'entreprise.

Voici un schéma reprenant, en résumant, les principales étapes pour créer et déposer une marque.

La création et le dépôt d'une marque



LegalPlace.

Comment déposer sa marque après la création ?

Une fois la marque créée, pour la protéger, il est essentiel de la déposer auprès de l'INPI (institut national de la propriété intellectuelle).

La vérification de la disponibilité de la marque

Préalablement au choix du nom de la marque et à son dépôt, il faut également vérifier que la marque n'est **pas susceptible d'être confondue avec une marque antérieure**, et qu'il n'existe pas de marque identique.

A cette fin, il est possible de faire une recherche d'antériorité sur le site de l'INPI.

Par conséquent, si la marque est disponible, en d'autres termes **qu'il n'existe pas déjà une autre marque déposée ayant ce nom**, alors vous pouvez procéder au dépôt.

A noter : dans un même temps, il peut être intéressant de vérifier la disponibilité de de la [marque et du nom de domaine](#) et d'également le déposer le cas échéant.

Le dépôt et la vie de la marque

La marque doit être déposée et enregistrée auprès de [l'INPI](#). La demande de **marque ne peut être présentée que sous forme électronique**.

A ce moment, vous devez indiquer :

- Le nom de la marque ;
- Ses attributs le cas échéant, tels que sa couleur, son logo, son slogan ;
- Les différentes classes dans lesquelles vous souhaitez avoir le monopole.

Après le dépôt de la marque, **l'INPI adresse au déposant un accusé de réception** comportant la date et le numéro national du dépôt, ainsi que la date de la publication du dépôt au [BOPI](#) (Bulletin officiel de la propriété industrielle).

Bon à savoir : Votre marque bénéficie d'une protection en France pendant 10 ans à compter de la date de votre dépôt.

Les frais de dépôt d'une marque sont de 190 € pour des produits et/ou services de 1ère classe. De plus, il faut compter 40 € par classe supplémentaire.

Enfin, au cours de la vie de marque, il est possible de faire des demandes de modification qui coûtent environ 100€.

A noter : pour résumer, la création et le dépôt d'une marque se compose de 4 étapes marketing et juridique, à savoir : une réflexion préalable, la création du nom, la création de l'identité visuelle, le dépôt et la vie de la marque.

FAQ

Qui contacter pour créer une marque ?

Toute entreprise est libre de déposer une marque auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (Inpi).

Est-ce obligatoire de déposer sa marque ?

Il est tout à fait possible d'utiliser une marque sans avoir au préalable effectué de dépôt. Toutefois et en pratique, il est beaucoup plus prudent de déposer sa marque.

Comment déposer sa marque à l'international ?

Pour déposer votre marque à l'international, vous devez remplir le formulaire de dépôt proposé par l'OMPI, ou remplir directement en ligne sur le site de l'INPI le formulaire de dépôt de marque internationale.