

Le dépôt de marque avec l'INPI

Description

L'INPI et le dépôt de marque sont deux éléments essentiels dans la démarche visant à doter les inventions d'une entreprise de toute la protection disponible contre les éventuelles appropriations illicites.

La marque désigne l'ensemble des éléments qui permettent d'identifier clairement une entreprise et, par extension, l'ensemble de ses produits. Souvent, elle est formée au moins par un [nom](#) et un slogan. Grâce à sa notoriété, elle convainc les clients d'acheter les produits proposés.

[Créer mon entreprise en ligne](#)

Qui peut passer par l'INPI pour effectuer un dépôt de marque ?

Sur le portail de l'INPI, **le dépôt de marque peut être réalisé aussi bien par un entrepreneur qu'un organisme** (entreprise, association, etc.). Et lors de la [création d'entreprise](#), le fondateur a le choix d'accomplir la procédure, que ce soit en son nom propre ou en celui de l'entreprise nouvellement créée.

Bon à savoir : le créateur d'entreprise peut déposer une marque pour le compte d'une entreprise qui n'existe pas encore. Mais il devra procéder à une régularisation une fois qu'elle sera créée.

Une personne physique ou morale peut recourir également au **service d'une tierce personne agissant en tant que mandataire pour réaliser les formalités de dépôt de la marque**. Cependant, la liste de ceux qui disposent d'une habilitation nécessaire est restreinte. Il s'agit des :

- Avocats ;
- Conseillers en droit de la propriété intellectuelle.

Pourquoi est-il important de déposer une marque ?

La marque est l'élément qui symbolise la singularité d'une entreprise. Elle lui **permet de se démarquer de ses concurrents**

. Grâce à elle, leurs clients peuvent alors rapidement identifier les produits et services.

Le dépôt de la marque permet donc de **se protéger contre tout éventuel de parasitage, ou tout autre acte émanant d'un concurrent déloyal ou d'un contrefacteur**. Notons que celle-ci peut être comptabilisée. Elle figure parmi les éléments composant l'actif et est inscrite dans cette catégorie dans le [bilan](#).

Besoin d'aide ? Vous êtes expert-comptable, avocat ou formaliste et vous souhaitez obtenir de l'aide dans la réalisation de vos démarches juridiques ? N'hésitez plus et faites appel à [LegalPlace Expert](#).

Combien de temps la protection durera-t-elle ?

Une fois les démarches accomplies sur le portail de l'INPI, le dépôt de la marque sera le point de départ de la protection dont jouit l'entreprise. En effet, grâce à cette formalité, elle est la seule personne autorisée à l'exploiter sereinement **pendant dix ans**. Cette exploitation s'étend à la commercialisation des produits et des services.

Il est bon de noter que la marque constitue un élément qui **peut être valorisé d'un point de vue financier**. Pour optimiser son profit, l'entreprise a le choix de céder les droits qui s'y rattachent à une autre entité. Dans le cadre de la franchise, elle a la possibilité également de décider d'offrir à une tierce personne des droits concernant son utilisation ou son exploitation.

Combien coûte la recherche d'antériorité d'une marque ?

La recherche d'antériorité est un processus qui **vise à s'assurer que la marque choisie n'a pas encore été déposée par une autre personne**. Il s'agit d'une démarche ciblée pour trouver une éventuelle correspondance non seulement avec une marque déjà enregistrée, mais également avec d'autres éléments d'identification tels que :

- Le [nom commercial](#) ;
- La dénomination sociale ;
- Le nom de domaine.

Il convient de savoir que la démarche est payante. En effet, une personne qui décide d'y avoir recours doit préalablement se préparer à **verser 60 euros à l'INPI pour toute recherche impliquant 3 classes et 3 GAS**.

Au-delà de ce nombre, il faudra qu'elle débourse **10 euros supplémentaires pour chaque ajout de classe ou de GAS**. À titre d'information, ce dernier équivaut à la classe en droit des marques concernant :

- Le nom commercial ;
- L'enseigne ;
- La [dénomination sociale](#).

Quel est le coût du dépôt d'une marque sur le guichet unique ?

Rappelons que c'est sur le guichet unique de l'INPI que le dépôt d'une marque doit être réalisé. L'opération consiste à acquérir et renseigner un formulaire émanant de l'INPI, afin de donner tous les détails utiles sur la marque choisie et sur les produits et services pour lesquels s'effectue l'enregistrement. Elle coûte **190 euros pour une classe**. Pour chaque classe supplémentaire, il faudra payer un surplus de 40 euros.

Quel est le meilleur moment pour effectuer la démarche ?

Le dépôt de la marque s'effectue **idéalement au cours de la procédure de création d'entreprise**. Cette dernière pourra ainsi être certaine d'en avoir le monopole et s'assurer que celle-ci n'est pas déjà encore exploitée par un autre organisme.

Comment la procédure se déroule-t-elle sur l'INPI pour effectuer un dépôt de marque ?

L'Institut national de la propriété intellectuelle est l'organisme public qui dispose de la compétence nécessaire pour recueillir le dépôt de marque. Ce dernier est **subordonné à des formalités qui commencent dès la constitution du dossier**.

Première étape à réaliser avant le dépôt

Le créateur d'entreprise a toute une liste de tâches à accomplir pour doter sa structure de toutes les protections nécessaires. La démarche demande **une certaine préparation qui précède le dépôt du dossier d'enregistrement** de la marque auprès de l'organisme compétent.

Détermination des services ou des produits que le dépôt couvre

Cette première étape consiste à **identifier, aussi précisément que possible, l'ensemble des produits et services** autour desquels la marque pourra être utilisée. La mention de ces éléments aura une incidence sur la protection qui sera obtenue. Et la démarche doit impérativement précéder le dépôt.

Dans le cas où il manquerait un élément, il faudra effectuer un nouveau dépôt. Une fois la détermination des produits et services effectuée, il convient d'**opérer une classification suivant le modèle international** de la « classification de Nice ».

L'importance de cette classification réside dans le fait qu'**elle permet de procéder à une recherche de disponibilité**. De plus, elle donne le moyen de déterminer le montant des frais dont il faudra s'acquitter auprès de l'organisme compétent.

À noter : depuis le 1^{er} janvier 2021, une nouvelle version de l'aperçu de la classification de Nice intègre les nouvelles entrées de la classification.

Vérification de la disponibilité de la marque

La vérification consiste à **s'assurer que la marque choisie est toujours disponible**. Cette disponibilité sous-entend qu'elle n'est ni une reproduction ni une imitation d'un signe distinctif d'une autre entité (bénéficiant déjà d'une protection). Sa portée s'étend également aux activités que l'entreprise se propose d'exercer.

Voici une vidéo pour mieux comprendre les missions disponibles sur l'INPI :

Deuxième étape consistant à enregistrer de la marque

Une fois que l'entrepreneur s'est soumis avec succès aux formalités préliminaires, il sera en mesure de **savoir si la marque remplit toutes les conditions pour pouvoir être enregistrée**. Dans l'affirmative, il pourra poursuivre les démarches qu'il a déjà

amorcées.

Dépôt de la marque

Aujourd'hui, les entrepreneurs peuvent procéder au dépôt en ligne. Sur le site de l'INPI, ils pourront trouver un guide du portail des marques. Cette opération demande de la concentration pour éviter de commettre des erreurs. Toutefois, le cas échéant, il est **possible d'effectuer des rectifications, moyennant le paiement de 104 euros**.

Transmission d'un accusé de réception par l'INPI

Une fois que le dépôt a été effectué, l'INPI est tenue d'envoyer un accusé de réception au propriétaire de la marque. Concrètement, l'institut lui transmettra, par e-mail, un **récépissé qui doit impérativement mentionner la date et le numéro national du dépôt**. Ces deux éléments figureront obligatoirement dans toutes les correspondances futures avec cet organisme.

Publication du dépôt au BOPI

Une fois que le dépôt de marque effectué, l'INPI sera tenu de **procéder, dans un délai de six semaines, à une publication au Bulletin officiel de la propriété industrielle (BOPI)**. Ensuite, elle devra envoyer également un avis de publication, qui contient toutes les informations fournies lors du dépôt, à la personne qui l'a effectué.

Bon à savoir : l'auteur du dépôt doit examiner minutieusement cet avis pour ensuite relever et transmettre à l'INPI toutes les erreurs éventuelles.

Analyse de la demande

Avant de se prononcer, l'INPI prendra le soin d'examiner la demande. Cette institution doit **se pencher sur son fond et sa forme**. Dans le cas où elle relèverait une quelconque irrégularité, elle enverra un courrier à la personne concernée.

Alors que l'INPI effectue son analyse, toute personne au courant de la réalisation du dépôt, dispose d'un **délai de deux mois** pour réagir soit avec :

- Une opposition ;
- Des observations.

L'opposition intervient lorsqu'un entrepreneur constate que ce dépôt porte atteinte aux

droits qu'il a acquis grâce à un dépôt antérieur à celui-ci. Quant aux observations, il s'agit des possibilités offertes à toute personne concernée d'attirer l'attention sur les détails qui permettent de déduire que la marque n'est pas valable.

À noter : l'INPI est tenu de prévenir l'auteur du dépôt si ce dernier fait l'objet d'une quelconque opposition ou observations.

Troisième étape pour enregistrer la marque

Cette démarche intervient lorsque le dépôt a été analysé avec succès. Il s'agit de la **dernière étape à laquelle doit se soumettre tout entrepreneur qui effectue un dépôt de marque** avant de voir celle-ci être enregistrée.

Contester le rejet ou rectifier les erreurs

Dans l'éventualité où des erreurs auront été constatées, le demandeur dispose d'un certain délai, qui est précisé dans le courrier émanant de l'INPI, pour tenter de les rectifier. La même procédure est valable en cas de rejet (qui peut être total ou partiel) de la demande, si l'entrepreneur décide de le contester. Ce rejet peut être **motivé par les résultats de l'analyse ou par une opposition valable**.

Effectuer une demande divisionnaire

La demande divisionnaire est une **procédure permettant à l'entrepreneur de diviser une marque sur une partie des produits et des services mentionnés**. Elle permet de n'enregistrer que la partie qui ne fait face à aucune contestation. Cette demande jouit de la date de la demande initiale.

Publication de l'enregistrement de la marque au BOPI

L'entrepreneur doit attendre un certain délai, qui ne peut être inférieur à cinq mois, avant de recevoir les résultats de sa demande d'enregistrement. Ce n'est qu'**une fois qu'elle s'est soumise à l'examen approfondi du dossier de dépôt de marque** que l'INPI décidera de publier ou non son enregistrement au BOPI.

Réception d'un certificat d'enregistrement

À la suite de la publication, l'INPI est tenue d'envoyer à l'entrepreneur à l'origine du dépôt un certificat prouvant que sa marque a été enregistrée. L'entrepreneur devra prendre le temps d'examiner le document pour relever toutes les erreurs éventuelles.

FAQ

Quelles sont les options face à une contrefaçon de marque ?

En cas de constatation d'une contrefaçon de marque, la meilleure chose à faire est de requérir les services d'un avocat spécialisé en droit de la propriété intellectuelle et en droit commercial. Il dispose de toute la compétence pour représenter l'entrepreneur devant la justice pour toutes les actions qui seront intentées, que ce soit pour :

Contrefaçon ;

Concurrence déloyale.

Quelle différence entre la marque et le brevet ?

La marque et le brevet peuvent tous les deux être déposés auprès de l'INPI. La marque désigne les éléments, qui sont généralement un nom, un slogan, un logo, voire un son, qui permettent de reconnaître une entreprise déterminée. Par ailleurs, le brevet sert à protéger une invention pouvant être appliquée dans le secteur industriel.

Quel est le champ d'action de l'INPI ?

L'INPI est une institution publique qui se charge de protéger les deux aspects complémentaires de la propriété intellectuelle, à savoir la :

Propriété littéraire et artistique ;

Propriété industrielle.

Le premier s'intéresse aux créations intellectuelles et artistiques, à leurs auteurs et

aux métiers qui s'y rattachent. Quant à la seconde, elle s'intéresse aux inventions et valeurs industrielles.