

Le prix de dépôt de marque avec l'INPI

Description

Le prix de dépôt de marque auprès de l'INPI inclut celui de la [recherche d'antériorité](#), des frais préalables au dépôt, de la procédure de dépôt, du montant de la redevance due à l'organisme et des taxes perçues par l'organisme.

De manière générale, il varie en fonction du nombre de classes choisies et des services à protéger.

Il est possible d'obtenir plus de détails concernant le prix du dépôt de marque sur le [portail de l'INPI](#). En effet, les tarifs des prestations et procédures y sont accessibles en toute transparence. Il convient de noter également qu'après une dizaine d'années d'exploitation, le renouvellement de la marque, qui peut être effectué autant de fois que l'on souhaite, est aussi payant.

[Créer mon entreprise en ligne](#)

Quel est le prix de dépôt de marque auprès de l'INPI ?

D'abord, il faut savoir qu'il est toujours plus judicieux de **déposer sa marque avant de commencer à s'en servir** ou bien au tout début de son usage. La démarche, qui s'effectue par voie électronique, consiste à renseigner un formulaire spécifique et à désigner la marque dans le document. Loin d'être une simple formalité, il s'agit d'une étape importante dans le développement d'une entreprise. En se distinguant des acteurs du marché, elle accroîtra ses parts de marché.

Pour connaître le prix de dépôt auprès de l'INPI, il est avant tout impératif d'**identifier les produits ou les services pour lesquels on accomplit la démarche** et de les inscrire sur le formulaire proposé sur la plateforme.

Concernant l'organisme, il s'agit de l'institut national qui gère tous les dépôts de titres de propriété industrielle en France. Garantissant ces derniers, il propose un service neutre et fiable et [applique des tarifs contrôlés](#) et encadrés par l'État.

Pour protéger une marque sur le territoire français, il est alors obligatoire de **payer les taxes d'enregistrement auprès de l'INPI**. La démarche permet de bénéficier d'un monopole d'exploitation. Aussi, il sera interdit aux concurrents d'utiliser

la marque en question sans l'autorisation de son propriétaire.

Soulignons que si des concurrents utilisent une marque sans avoir obtenu l'autorisation de son propriétaire, ce dernier peut les poursuivre en justice. Par ailleurs, il peut négocier avec eux un contrat de licence pour **percevoir des redevances en échange du droit d'exploitation**.

Le prix de [dépôt de marque auprès de l'INPI](#) **dépendra essentiellement du nombre de classes sélectionnées**. C'est pourquoi il est assez difficile d'estimer le coût global de la procédure. Rappelons que les produits et services sont organisés par classes, le dépôt ayant vocation à protéger un nom qui les identifie. En guise d'exemple, les vêtements correspondent à la classe 25.

La protection ne s'étend donc qu'aux classes déposées. Les concurrents pourront se servir du même nom de marque pour une autre catégorie de services et de produits. Précisons que pour choisir les classes, il faudra **se référer à la Classification de Nice** que l'on utilise dans plusieurs pays.

Depuis l'entrée en vigueur de la loi Pacte, l'INPI facture chaque classe supplémentaire à 40 euros au lieu de 42 euros. Avant la réforme, le dépôt d'une marque en ligne était facturé à 210 euros pour 1 à 3 classes. Aujourd'hui, **le prix s'élève à 190 euros pour 1 classe**.

À noter : sur le [guichet unique de l'INPI](#), le règlement s'effectue par carte ou via le compte client.

La propriété intellectuelle étant un sujet complexe, il faut comprendre que **la solidité du projet peut être compromise** en cas de :

- Mauvais dépôt ;
- Manque d'information sur le domaine ;
- Contestation venant d'un concurrent sérieux.

C'est pourquoi il est essentiel de demander l'aide d'un Conseil en propriété intellectuelle (CPI). Il possède des connaissances approfondies dans le domaine. Et **le prix de son service reste accessible à tous les budgets**.

Bon à savoir : il convient de faire attention aux arnaques à la publication d'entreprises peu scrupuleuses.

Souvent, sous des noms sonnante officiels comme « Institut européen de la propriété intellectuelle », des entreprises envoient de manière systématique aux déposants un **courrier leur demandant le paiement d'une somme élevée pour un service de publication de marque**

sur leurs registres. Il s'agit d'arnaques courantes qui se rencontrent aussi lors de la création d'une société.

Quels sont les frais annexes ?

Outre le coût de la procédure, il convient de **prendre en compte d'autres postes de dépenses**, dont les frais annexes, lors de la détermination du prix global du dépôt de marque auprès de l'INPI. Ceux de renouvellement en font partie. D'autres travaux préparatoires ont également un coût. Ils représentent une partie des [tarifs de formalités sur l'INPI](#).

Frais préalables au dépôt de marque

Avant d'effectuer le dépôt, il est vivement recommandé de procéder à la **recherche d'antériorité**. Cette démarche permet de s'assurer de la liberté d'exploitation et de la disponibilité de la marque dans le secteur.

Dans le cas où cette dernière ne serait pas disponible, il est généralement impossible de procéder au dépôt. Toutefois, s'il est quand même réalisable, **le déposant risque des poursuites venant du titulaire de la marque antérieure**. En effet, le dépôt constitue un acte juridique, obligeant les entrepreneurs d'effectuer des vérifications minutieuses au risque de subir de lourdes conséquences.

Concernant la recherche à l'identique, elle s'effectue gratuitement sur la base de données de l'INPI. Ce sont surtout les **démarches pour trouver les similitudes** qui sont payantes. En effet, elles coûtent 50 euros pour 1 à 3 classes. Elles consistent à :

- Lister les marques antérieures phonétiquement ou visuellement proches du projet ;
- Considérer les signes similaires (nom de domaine, enseigne ou encore dénomination sociale) ;
- Prendre en compte les signes voisins.

En résumé, il est important de **se pencher sur les marques ressemblantes** d'un point de vue :

- Intellectuel ;
- Phonétique ;
- Visuel.

Le dépôt de marque requiert alors une importante réflexion sur le projet, ainsi que les

ambitions futures de l'entrepreneur. Pour connaître le danger potentiel que représentent les recherches pertinentes, il faudra utiliser une méthode spécifique. Souvent, les entreprises ont recours au **service d'un Conseil en propriété industrielle** pour mener une analyse précise. Ce dernier réalise conjointement avec son client une étude approfondie pour décider de la stratégie à adopter et anticiper les conséquences des choix effectués ensemble. Pour environ 500 euros, il leur offre son accompagnement et leur donne des conseils pertinents.

En cas de propriétaires multiples, le déposant se trouve par ailleurs dans l'obligation de recourir au service d'un avocat pour effectuer la démarche, la marque devant être à la fois distinctive, licite et disponible. Même chose s'il se trouve à l'étranger, pour s'assurer une plus grande sécurité juridique.

Bon à savoir : une marque est distinctive lorsqu'elle ne décrit pas la qualité du service ou du produit. Elle ne constitue pas non plus un signe usuel, générique ou nécessaire dans le secteur concerné.

En principe, une marque est licite tant qu'elle respecte l'ordre public. Mais d'autres règles doivent être connues comme celles applicables au **régime des appellations d'origine contrôlée**. Maîtrisant parfaitement le sujet, l'avocat saura les identifier et prendre des décisions pertinentes en fonction des cas.

Bien entendu, il peut se charger également de tâches plus simples comme l'identification des classes correspondant aux besoins présents et futurs de son client. En effet, il est en mesure d'aider ce dernier à **bénéficier d'une protection optimale, tout en optimisant le prix** du dépôt de marque sur l'INPI.

Bon à savoir : dans le cadre de la démarche, les frais d'avocats peuvent s'élever à près de 200 euros HT.

Il convient de souligner qu'avant de déposer la marque, il est alors essentiel avant tout de s'assurer de la validité du projet. S'il ne répond pas aux exigences de validité, l'[INPI risque de le rejeter](#). Mais tout tiers a également la possibilité de **demandeur son annulation dans un délai de deux mois** suivant le dépôt.

Dans tous les cas, **la marque ne doit pas être de nature à tromper le public**, notamment sur la qualité, la provenance et la nature des services ou des produits désignés. Il ne faut pas non plus qu'elle soit contraire aux bonnes mœurs ou qu'elle comporte un signe étatique officiel.

La marque **ne doit pas porter atteinte à un droit antérieur**, dont le :

- [Droit d'auteur](#) ;
- Droit de la personnalité.

Frais de renouvellement de la marque

Comme cité précédemment, la [durée de protection d'une marque](#) est limitée et le renouvellement de la protection doit s'effectuer tous les 10 ans. Au cours de cette période, **le maintien en vigueur de la marque est gratuit**. Avant la réforme lancée par la loi Pacte, les frais de renouvellement étaient de 250 euros pour 3 classes. Aujourd'hui, ils s'élèvent à :

- 290 euros pour 1 classe ;
- 40 euros pour chaque classe supplémentaire.

Si le titulaire de la marque accomplit la démarche tardivement, il sera tenu de payer une **taxe supplémentaire de 145 euros**. En outre, une fois le paiement de dépôt de marque effectué, il faudra encore prévoir les frais liés aux démarches à accomplir plus tard, telles que la :

- Définition d'une stratégie de défense ;
- Mise en place d'une surveillance.

Cette dernière permet de s'assurer qu'aucun concurrent n'utilise une marque similaire ou identique à celle du déposant. Il est bon de noter que **la marque doit faire l'objet d'une exploitation pour être protégée**. Si elle n'est pas exploitée, elle risque de perdre sa protection au profit d'une autre.

Bon à savoir : pour une activité menée à l'étranger, il est nécessaire d'effectuer un dépôt international ou européen.

Le remboursement des taxes en cas de refus ou d'opposition de l'INPI

En cas de refus ou d'opposition de l'INPI, **les taxes ne peuvent faire l'objet d'aucun remboursement**. C'est également l'une des principales raisons pour lesquelles il est important de s'assurer que la marque est disponible et enregistrable avant d'effectuer le dépôt.

Notons que le paiement des redevances, qu'elles s'appliquent à des actes de

procédures ou à des [prestations de service](#), s'effectue **le jour du dépôt de la marque**. Pour le dépôt d'une marque internationale, les tarifs des redevances à payer à l'OMPI ou Organisation mondiale de la propriété intellectuelle sont aussi accessibles en toute transparence sur le [site](#) de l'INPI.

Tableau récapitulatif des tarifs pour déposer une marque

Avant tout, il convient de rappeler que **le coût d'un dépôt de marque dépend d'un certain nombre de facteurs**, dont :

- Le projet ;
- Les ambitions du déposant ;
- Les moyens mis en place par l'entrepreneur ;
- Le type d'actions engagées.

Selon les cas, un CPI peut **indiquer de manière précise le budget à prévoir**. Recourir à son service permet d'éviter des sanctions et de bénéficier d'un gain de temps considérable, en commençant par effectuer à la place de son client la recherche d'antériorité et le choix des bonnes classes. Le tableau ci-dessous donne une idée plus claire des dépenses liées au dépôt de marque auprès de l'INPI.

	Coût
Dépôt de marque (1 classe)	190 euros
Ajout de classe supplémentaire	40 euros par classe ajoutée
Renouvellement de la marque	290 euros pour 1 classe et 40 euros par classe supplémentaire
Retard de renouvellement	145 euros
Recherche à l'identique	Gratuit
Recherche pour trouver des similitudes	50 euros pour 1 à 3 classes
Honoraires d'un CPI	Près de 500 euros
Frais d'avocats	Environ 200 euros
Taxe pour rectification	104 euros

Bon à savoir : ces tarifs correspondent au dépôt d'une marque en France. Pour profiter d'une protection plus étendue, il est nécessaire d'effectuer la démarche dans chacun des pays cibles.

FAQ

Quel est l'avantage de déposer une marque sur l'INPI ?

Le dépôt de marque auprès de l'INPI donne la possibilité de faire reconnaître les produits ou les services du déposant. Il permet également de les distinguer de ceux des concurrents et de :

Les rendre plus visibles auprès des prospects ;

Obtenir un monopole d'exploitation en France pendant de longues années.

Est-il possible de se servir du nom d'une marque déposée ?

Aucun concurrent n'est autorisé à imiter une marque déposée ni à s'en servir à l'identique, de quelque façon que ce soit, pour identifier des services ou des produits similaires ou identiques, sans en avoir l'autorisation. Toutefois, il reste toujours possible de négocier un contrat de licence pour obtenir un droit d'exploitation.

Comment s'y prendre pour faire vivre une marque ?

Pour faire vivre une marque, il faudra tout d'abord en créer une, qui ressemble à son propriétaire (identité visuelle, logo). Ensuite, il faudra penser à accomplir les démarches juridiques permettant de protéger la marque. Grâce aux médias sociaux, son titulaire pourra faire parler d'elle. En créant un site web et en optimisant le référencement de ce dernier, il aura par ailleurs la possibilité de la faire vivre sur Internet.