

Protéger votre **marque**

Votre marque est le premier point de contact entre votre entreprise et vos clients : elle porte votre réputation, incarne vos valeurs et concentre une part croissante de la valeur de votre société. La protéger, c'est sécuriser votre développement.

**DURÉE**

10 ans, renouvelable sans limite

OFFICES

INPI · EUIPO · OMPI

PRIORITÉ

6 mois (Convention de Paris)

VIGILANCE

Déchéance pour non-usage après 5 ans

Ce que protège une marque, et à quelles conditions

La marque est un signe qui distingue vos produits et services de ceux de vos concurrents : nom, logo, slogan, mais aussi forme, couleur, son ou séquence animée. Une fois enregistrée, elle vous confère un monopole d'exploitation de dix ans, renouvelable indéfiniment, c'est le seul titre de propriété industrielle potentiellement perpétuel.

Pour être valable, le signe choisi doit être distinctif (il ne peut se limiter à décrire vos produits ou leurs qualités), licite, non trompeur et disponible, c'est-à-dire ne pas porter atteinte à des droits antérieurs : marques, dénominations sociales, noms de domaine, droits d'auteur... La protection obéit en outre au principe de spécialité : elle ne vaut que pour les produits et services désignés au dépôt, répartis dans les 45 classes de la classification internationale de Nice. Le choix du signe et la rédaction du libellé sont donc les deux décisions fondatrices de votre protection.

Pourquoi la recherche d'antériorités est-elle indispensable ?

Parce qu'aucun office ne la fera pour vous. Ni l'INPI ni l'EUIPO ne vérifient, au moment du dépôt, que le signe choisi est disponible : une marque peut être enregistrée sans encombre et demeurer pourtant à la merci d'une opposition, d'une action en nullité ou en contrefaçon engagée par le titulaire d'un droit antérieur, parfois des années après le lancement. Le coût d'un tel scénario dépasse de très loin celui de la recherche : refonte de l'identité, des emballages et des supports, perte du référencement et de la notoriété acquise, indemnités éventuelles. Déposer sans rechercher, c'est construire sur un terrain dont on n'a pas vérifié le titre.

Une recherche sérieuse ne se limite pas aux marques identiques : elle s'étend aux signes similaires, par la sonorité, l'orthographe ou l'évocation, susceptibles de créer un risque de confusion pour des produits ou services proches, et embrasse l'ensemble des droits antérieurs opposables : marques françaises, de l'Union européenne et internationales visant la France, mais aussi dénominations sociales, noms commerciaux et enseignes, noms de domaine, indications géographiques, voire droits d'auteur. L'essentiel est dans l'analyse : apprécier juridiquement le risque de confusion, signe par signe, produit par produit, puis en tirer une stratégie, adaptation du signe ou du libellé, accord de coexistence, obtention d'un consentement, rachat du droit gênant, ou changement de cap pendant qu'il en est encore temps. C'est aussi pourquoi la recherche s'intègre au processus de naming : un filtrage rapide sur plusieurs noms candidats, puis une investigation approfondie sur le nom retenu.

Comment déposer et enregistrer votre marque ?

En France, la marque s'acquiert par l'enregistrement : c'est le premier déposant qui obtient le droit, indépendamment de l'usage. La procédure devant l'INPI se déroule en quatre temps : dépôt de la demande (signe et libellé des produits et services), examen par l'office des conditions de forme et des motifs absolus (distinctivité, licéité), publication au Bulletin

officiel ouvrant un délai d'opposition de deux mois aux titulaires de droits antérieurs, puis enregistrement, en quelques mois en l'absence d'obstacle. L'office, rappelons-le, n'aura pas vérifié la disponibilité du signe : tout repose sur la recherche d'antériorités menée en amont.

La marque de l'Union européenne, déposée auprès de l'EUIPO, protège d'un seul titre les vingt-sept États membres selon une procédure comparable (délai d'opposition de trois mois). À l'international, le système de Madrid administré par l'OMPI permet, à partir d'une marque française ou européenne, de désigner en une seule demande près de 130 pays, avec une gestion centralisée des renouvellements. Nous vous représentons devant chacun de ces offices et, au-delà, auprès de notre réseau de correspondants étrangers.

La marque internationale : le système de Madrid en pratique

À partir d'une marque de base française ou de l'Union européenne, l'enregistrement international administré par l'OMPI vous permet de désigner, en une seule demande, dans une seule langue et pour une taxe unique, près de 130 pays, puis d'ajouter des désignations postérieures à tout moment : votre couverture suit vos marchés, sans multiplier les dépôts. La gestion est centralisée : un seul renouvellement décennal, une seule inscription en cas de changement de titulaire ou de mandataire, pour l'ensemble des pays couverts.

L'outil a ses règles du jeu, qui se maîtrisent. Chaque office désigné examine la demande selon son droit national et peut notifier un refus provisoire, à traiter localement, nous coordonnons pour cela notre réseau de correspondants, et certains pays imposent des obligations propres, comme les déclarations d'usage périodiques aux États-Unis. Surtout, l'enregistrement international dépend de la marque de base pendant cinq ans : si celle-ci tombe, c'est l'« attaque centrale », il tombe avec elle, sauf à le transformer, dans les trois mois, en demandes nationales qui conservent la date d'origine. Ce lien guide le choix de la base : une marque française solide, déjà examinée, offre souvent un socle plus sûr qu'une marque de l'Union européenne exposée aux oppositions de vingt-sept pays. Enfin, quelques marchés demeurent hors du système et appellent des dépôts nationaux directs : nous arbitrons, pays par pays, entre la voie de Madrid et la voie nationale, au regard de vos priorités commerciales, du calendrier et du budget.

Quelle stratégie de dépôt pour votre marque ?

Déposer tôt, d'abord, avant toute communication publique, tout salon ou toute réservation de nom de domaine visible, car en matière de marques, la priorité appartient au premier déposant. Déposer juste, ensuite : nous vous aidons à arbitrer entre le dépôt de l'élément verbal (la protection la plus large), du logo, ou des deux ; et à calibrer le libellé pour couvrir vos activités actuelles et vos développements prévisibles, sans alourdir inutilement les taxes ni vous exposer à la déchéance pour défaut d'usage, encourue après cinq ans.

Déposer là où se joue votre marché, enfin : le droit de priorité issu de la Convention de Paris vous laisse six mois, à compter du premier dépôt, pour étendre votre protection à l'étranger en conservant votre date initiale. Nous construisons avec vous le séquençement optimal, marque française, marque de l'Union européenne, enregistrement international ou dépôts nationaux directs, au regard de vos territoires de vente, de production et d'expansion à trois-cinq ans, et de votre budget. Une surveillance est mise en place dès l'enregistrement pour détecter et bloquer à temps les dépôts de tiers.

Après l'enregistrement : exploiter, surveiller, valoriser

L'enregistrement n'est que le début : la marque vit par son usage. Faute d'exploitation sérieuse pendant une période ininterrompue de cinq ans (trois ans dans certains pays), elle encourt la déchéance pour non-usage, tout tiers peut alors en demander la radiation pour les produits et services concernés, et la déchéance est devenue une riposte quasi systématique dans les litiges. D'où une double discipline : exploiter la marque telle qu'elle a été déposée (ou sous une forme qui n'en altère pas le caractère distinctif), et constituer au fil de l'eau les preuves de cet usage, factures datées, catalogues, tarifs, campagnes, captures de sites, volumes de vente par territoire. Un dossier d'usage tenu à jour se monte en quelques heures ; reconstitué dans l'urgence d'une procédure, il peut devenir introuvable.

La protection n'est pas davantage automatique face aux tiers : les offices n'alertent pas les titulaires lorsqu'un dépôt similaire survient. Seule une surveillance organisée, des registres français, européens et internationaux, mais aussi des noms de domaine et des places de marché, permet de détecter à temps les dépôts et usages gênants. Détecter tôt, c'est pouvoir agir au meilleur coût : l'opposition, dans le délai de deux mois en France (trois devant l'EUIPO), reste la voie la plus rapide et la plus économique pour bloquer une demande ; passé ce délai, restent l'action en nullité et, contre les usages, l'action en contrefaçon, mise en demeure, saisie-contrefaçon, procédure au fond. La tolérance a d'ailleurs un prix : laisser prospérer un signe postérieur en connaissance de cause pendant cinq ans, c'est se forclore à agir contre lui.

Enfin, la marque est un actif qui se valorise par contrat. La licence, exclusive ou non, totale ou limitée à certains produits ou territoires, permet d'en tirer des redevances ou de structurer un réseau (distribution, franchise, co-branding) sans se dessaisir du titre ; la cession, elle, en transfère la propriété. Ces contrats se rédigent avec soin : périmètre, qualité des produits, contrôle de l'usage (l'usage du licencié vaut pour éviter la déchéance), et inscription au registre des marques pour rendre l'opération opposable aux tiers. Bien gérée, une marque cesse d'être un poste de coût pour devenir une source de revenus, et un pilier de la valorisation de votre entreprise.

Nos services

- ✓ Stratégie de signe, de libellé et de territoires
- ✓ Recherches de disponibilité et analyses de risque
- ✓ Dépôts INPI, EUIPO, OMPI et offices étrangers
- ✓ Marques internationales : désignations postérieures et refus provisoires
- ✓ Suivi des procédures, réponses aux objections et oppositions
- ✓ Renouvellements et inscriptions
- ✓ Surveillance des registres et du marché
- ✓ Précontentieux et contentieux
- ✓ Contrats (cession, licence, coexistence)
- ✓ Protection sur internet et les réseaux sociaux

Weinstein Services & Conseils

CONSEIL EN PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE

2-10 avenue Marc Sangnier, 92390 Villeneuve-la-Garenne

+33 1 71 06 36 66 · contact@weinsteinfrance.com

weinsteinfrance.com

Fiche d'information générale · juillet 2026 · Ne constitue pas une consultation juridique.