

# La marque française



## DEFINITION

La marque de produits ou de services est un signe servant à **distinguer les produits ou services** d'une personne physique ou morale de ceux d'autres personnes physiques ou morales ([article L711-1](#) du code de la Propriété Industrielle).

### Les différents types de marque :

- La marque verbale : elle est composée d'un ou plusieurs mots, de lettres, de chiffres, d'un slogan
- La marque figurative : elle désigne tout élément graphique sans éléments verbaux ; on retrouve notamment les logos, les dessins, les nuances ou combinaison de couleurs...
- La marque sonore : le son, la phrase musicale doit être représentée graphiquement par le biais notamment d'une portée
- ...

## CRITERES DE VALIDITE D'UNE MARQUE

Pour être valable, une marque doit être :

### LICITE (article L711-2 du code de la Propriété Industrielle)

- Le signe ne doit pas être illicite au sens strict (il n'est pas possible d'utiliser comme marques des armoiries, emblèmes nationaux...)
- La marque ne doit pas être contraire à l'ordre public et aux bonnes mœurs
- La marque ne doit pas être frauduleuse ou déceptive, c'est-à-dire que le signe utilisé ne doit pas tromper le consommateur sur la nature, la composition, les qualités ou la destination du produit.
- ...

### DISTINCTIVE (article L711-2 du code de la Propriété Industrielle)

Le caractère distinctif de la marque s'apprécie par rapport aux produits ou services désignés dans le formulaire de dépôt. Ne sont pas considérées comme distinctives :

- les marques nécessaires ou génériques : « les signes ou dénominations qui, dans le langage courant ou professionnel, sont exclusivement la désignation nécessaire, générique ou usuelle du produit ou du service" sont dépourvus de caractère distinctif.
- les marques descriptives : "les signes ou dénominations pouvant servir à désigner une caractéristique du produit ou du service, et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la



production du bien ou de la prestation de service" sont des signes descriptifs et donc prohibés.

Si la marque s'avère être nécessaire, générique ou descriptive, elle sera frappée de nullité absolue.

**DISPONIBLE (article L711-3 du code de la Propriété Industrielle)**

Le signe choisi comme marque doit être libre de droit, c'est-à-dire que pour le domaine d'activité envisagée, il ne doit pas faire déjà l'objet d'un droit antérieur conféré par :

- une marque antérieure enregistrée ou notoirement connue,
- une dénomination ou raison sociale,
- un nom commercial ou une enseigne connu sur l'ensemble du territoire national,
- une appellation d'origine protégée, etc...

### QUI PEUT DEPOSER UNE MARQUE ?

La marque peut être déposée par :

- Une personne physique (les particuliers, les artisans, les commerçants exerçants sous forme d'entreprise individuelle...)
- Une personne morale (les sociétés civiles, les sociétés commerciales, les associations, les GIE...)

### LES CLASSES DE PRODUITS ET/OU DE SERVICES A REVENDIQUER

**Rappel:** Une marque sert à distinguer les produits et/ou les services de ceux des concurrents.

Lors du dépôt de marque, le titulaire doit énumérer précisément les produits ou services qui seront attachés au signe déposé.

La France est tenue d'appliquer le système de classification des produits et services dénommé « la classification de Nice » et qui comporte 45 classes :

- Classes de produits : classes 1 à 34
- Classes de services : classes 35 à 45

Chaque classe comporte ensuite des termes qui permettent de mieux définir les produits et services destinés à être protégés.

[https://www.inpi.fr/sites/default/files/classification\\_nice\\_marques\\_inpi.pdf](https://www.inpi.fr/sites/default/files/classification_nice_marques_inpi.pdf)

### COMBIEN COUTE LE DEPOT D'UNE MARQUE FRANCAISE

1 <sup>ère</sup> classe	190 Euros
Classe supplémentaire	40 Euros par classe(s)

Pour en savoir plus :

Christiane BOURGOIN  
Tél. : 05 55 45 16 48