



Propriété industrielle



Donnez-vous les moyens de protéger vos créations

Vous mettez en place un site Internet, vous inventez un produit ou un procédé, vous innovez ? Bref, quel que soit votre domaine d'activité, ce que vous concevez doit être protégé ! Métiers de la Côte-d'Or fait le point pour vous.



La parole est à vous

« Nom de domaine et nom de l'entreprise, des points étudiés lors de la création de mon entreprise » :

Le témoignage de Gérald BRUCHON, Bruchon Climat Contrôle, Dijon

« Dans le cadre du stage long d'aide à la création reprise d'entreprise que j'ai suivi à la CMA, nous avons été sensibilisés à la question de la propriété industrielle. Dès l'instant où je me suis lancé dans les démarches de création, j'ai vérifié la disponibilité du nom que je souhaitais donner à mon entreprise, « Climat Contrôle ». J'ai ainsi découvert un homonyme... au Québec ! C'est la raison pour laquelle j'ai ajouté mon patronyme, sans oublier le côté rassurant pour les clients... Quant à mon site Internet, j'ai également effectué toutes les démarches pour réserver le nom de domaine, en l'occurrence *climatcontrole.com* ; de cette manière, l'adresse de mon site est en parfaite harmonie avec le nom de mon entreprise. »



Protéger vos inventions, le nom et le logo de votre entreprise, les marques que vous donnez à vos produits ou prestations, c'est tout simplement vous donner les moyens d'agir contre les contrefacteurs et les pratiques déloyales, mais c'est aussi créer de la valeur pour votre entreprise et accroître votre crédibilité auprès de vos partenaires, notamment financiers.

mercial, enseigne, noms de domaine, appellations d'origine, indications de provenance).

La dénomination sociale de votre entreprise : avez-vous vérifié sa disponibilité ?

La dénomination sociale, qui identifie l'entreprise en tant que personne morale, est l'équivalent du nom de famille pour une personne physique. La protection sur votre dénomination sociale s'acquiert au moment de l'immatriculation de votre entreprise au Registre National du Commerce et des Sociétés. Cette protection a une portée nationale. Toutefois, il est vivement recommandé, avant d'immatriculer le nom de votre entreprise, de vous assurer de la disponibilité du nom choisi ! Si le nom de votre entreprise n'est pas disponible, sachez qu'il peut être contesté à tout moment par les propriétaires de droits antérieurs qui pourront alors vous attaquer en contrefaçon ou en concurrence déloyale.

La propriété industrielle, c'est quoi ?

La propriété industrielle constitue l'un des deux volets de la notion juridique de « propriété intellectuelle » ; le second volet s'intéresse plus précisément la protection littéraire et artistique que nous n'aborderons pas ici.

Plus concrètement, lorsque l'on parle de propriété industrielle, on fait référence à trois domaines précis : les créations techniques (brevets notamment), les créations ornementales (dessins et modèles) et les signes distinctifs (marques, dénomination sociale, nom com-



Pour vérifier une disponibilité, une seule adresse : <http://bases-marques.inpi.fr>

Pourquoi déposer une marque ?

Vous souhaitez vendre des produits ou proposer des services avec une appellation précise ? Vous pouvez vous protéger en déposant une marque. Celle-ci vous permet de faire connaître et reconnaître vos produits et services et de les distinguer de ceux de vos concurrents. Elle est donc un élément indispensable de votre stratégie commerciale. Attention, retenez bien qu'une marque est un signe distinctif de vos produits ou service et qu'elle doit pouvoir être représentée graphiquement (logo, notamment). En déposant votre marque à l'INPI (Institut National de la

Propriété Industrielle), vous serez le seul à pouvoir l'utiliser et vous pourrez poursuivre en justice toute personne qui imiterait ou utiliserait votre marque. A l'inverse, si vous ne protégez pas votre marque, vous laissez la porte ouverte à vos concurrents qui pourraient, en toute légalité, s'emparer...

Mais qu'est-ce qu'une marque ?

Une marque peut prendre différentes formes et doit toujours pouvoir être représentée graphiquement. Elle peut ainsi prendre des formes variées telles que :

- un mot, un nom : ex « La Baguettine Dorée », qui pourrait être le nom donné par un boulanger à une baguette de pain élaborée à partir d'une recette spécifique ;
- un slogan : ex « La Baguettine Dorée, pour un petit-déjeuner ensoleillé ! » ;
- des chiffres, des lettres : comme par exemple, un modèle de voiture « 307 » Peugeot
- un dessin, un logo ;
- une combinaison de ces différents éléments : ex. un dessin et un nom dans un graphisme particulier ;
- un signe sonore (son, phrase musicale) à condition qu'il puisse être représenté graphiquement (portée musicale par exemple).

Dépôt d'une marque : quelques précautions

Pour devenir propriétaire d'une marque, vous devez effectuer un dépôt à l'INPI. Avant cela, vous devez vérifier que la marque que vous avez choisie est disponible, c'est-à-dire qu'elle ne reproduit ou qu'elle n'imité pas un signe qui bénéficie d'un droit antérieur, pour des produits ou des services qui seraient identiques aux vôtres. A titre d'exemple, si notre boulanger souhaite déposer la marque « La Baguettine Dorée » mais que celle-ci est déjà la propriété d'un encadreur, cela ne doit pas poser de problèmes puisque nous avons affaire à deux produits différents.



La parole est à vous

« Adopter une stratégie commerciale en rupture avec les standards de notre secteur » :

Le témoignage de Frédéric ROUSSEAU, Tonnellerie Rousseau, Couchey, 4 marques déposées

« Constatant une évolution dans notre métier et dans l'utilisation des tonneaux, qui ne sont plus simplement un produit de stockage mais un produit œnologique à part entière contribuant significativement à donner un profil aromatique et à souligner différents goûts durant l'élevage des vins fins et alcools, nous avons décidé en 2005 de créer une nouvelle gamme de fûts, la Gamme Expert, composée de 4 produits : Piano® (fraîcheur et fruit), Allegro® (rondeur et sucrosité), Forte® (extrait et cosmétique), Video® (élégance et noblesse).

L'idée de cette gamme est de pouvoir apporter des solutions d'élevage sous bois répondant à de nouvelles contraintes (évolution des durées d'élevage, recherche d'arômes boisés plus délicats dans les vins) et de proposer des produits sur lesquels les profils aromatiques sont plus facilement reproductibles (donc rassurer les clients). Parallèlement, cela nous permet d'adopter une démarche différente par rapport à nos concurrents et de proposer une offre innovante, de communiquer d'une manière moins traditionnelle, d'adopter une stratégie commerciale en rupture avec les standards de notre secteur, de conquérir de nouveaux clients, de récupérer des clients perdus et de capter des parts de marchés plus importantes chez nos clients existants.



En outre, cette gamme n'est pas le fruit du hasard et a été lancée après mûre réflexion et quelques années de tests auprès de différents utilisateurs, principalement bourguignons.

Le client peut ainsi sélectionner le produit de son choix en fonction des objectifs qualitatifs et gustatifs recherchés dans ses vins. Il s'agissait à l'époque de la première réflexion de ce type dans le milieu de la tonnellerie, c'est la raison pour laquelle il nous a paru important d'effectuer les dépôts de marque pour chaque produit, chose que nous ne regrettons pas aujourd'hui. Ce travail a permis de valider à 100% les objectifs que nous nous étions fixés, la démarche a porté ses fruits et nous sommes prêts à envisager d'autres dépôts de marques dans le futur ».

Une fois votre marque déposée, veillez à ce que personne ne l'utilise ou ne l'imité pour des produits identiques ou similaires. Défendez-la en faisant opposition aux nouvelles marques qui pourraient être enregistrées et qui vous imiteraient.

En déposant votre marque à l'INPI, vous obtenez un monopole d'exploitation sur le territoire français pour 10 ans, renouvelable indéfiniment contre le paiement d'une redevance chaque décennie (allant de 240 € à 360 €, selon les cas). Vous serez ainsi le seul à pouvoir utiliser votre marque, ce qui permet de mieux commercialiser et promouvoir vos produits et services.



Dessins et modèles, on protège aussi !

Vous avez imaginé et créé un superbe portail en fer forgé ? Une magnifique commode au design original ? Saviez-vous qu'à ce titre, vous bénéficiez automatiquement de ce que l'on appelle le « droit d'auteur ». Ce dernier s'acquiert en effet du fait même de la création de l'œuvre, sans formalités de dépôt. Attention toutefois à bien prendre en compte deux remarques : ce droit d'auteur ne pourra exister que si votre création est « originale », c'est-à-dire si elle porte

la marque de votre personnalité (ainsi, votre portail en fer forgé doit être un modèle au design unique), et que si vous êtes en mesure d'apporter la preuve de la date à laquelle votre œuvre a été créée.

Parallèlement, pour une double protection, vous pouvez cumuler le droit d'auteur avec un dépôt de dessins et modèles pour protéger l'apparence de vos produits. Ainsi, vous protégez efficacement le design de vos produits (votre nouvelle gamme de portails en fer forgé, une nouvelle collection de meubles, etc.) et valorisez l'identité de votre entreprise et sa force créative. Le dépôt s'effectue auprès de l'INPI et vous permet d'obtenir un monopole d'exploitation sur le territoire français pour une durée minimale de 5 ans, renouvelable 4 fois.

Ainsi, si vos créations, quelles qu'elles soient, sont originales et possèdent un caractère propre (lignes, contours, couleurs, formes, textures, matériaux utilisés...), protégez-les afin de pouvoir en tirer le meilleur bénéfice et de vous défendre contre des esprits malintentionnés prêts à s'approprier vos idées...

Et les brevets dans tout ça ?

Si vous êtes à l'origine d'un produit ou d'un procédé qui apporte une nouvelle solution technique à un problème technique donné, vous pouvez protéger votre invention par un dépôt de brevet auprès de l'INPI. Le brevet renforcera

la valeur de votre entreprise et constituera un élément de l'actif immatériel qui peut être valorisé et transmis. Vous obtiendrez ainsi un monopole d'exploitation sur le territoire pour une durée maximale de 20 ans et serez bien évidemment seul à pouvoir utiliser votre invention technique. Attention toutefois, il vous faudra payer une redevance annuelle, le coût d'une annuité variant en fonction du nombre d'années et d'éventuelles réductions applicables. Là encore, quelques précisions s'imposent car tout ne peut pas être protégé par un brevet... Votre invention doit en effet être nouvelle et impliquer une

activité inventive dans le sens où elle ne doit pas découler de manière évidente d'une technique connue.

La propriété industrielle est assurément un élément clé de la stratégie de développement de votre entreprise, quelles que soient son activité et sa taille. Protégez alors vos inventions, vos marques, etc. et valorisez ainsi vos savoir-faire.

Pour vous accompagner dans vos projets et démarches liés à la protection de vos innovations, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat a développé un partenariat avec l'INPI Bourgogne.



Sources : Institut National de la Propriété Industrielle



Le mot de l'INPI

Philippe BORNE, Responsable de l'antenne INPI Bourgogne



« L'innovation et la créativité sont devenues les clés de la réussite d'une entreprise. Cette règle est valable aussi bien pour SEB que pour l'entrepreneur individuel. Chaque production de valeur – invention, design, nom identifiant une activité ... – implique une propriété, intellectuelle dans ce cas, dont il faut se soucier, faute de quoi l'innovateur risque de ne pas retirer tous les bénéfices qu'il aurait pu escompter de son travail. Il est donc important de mettre en place ce que l'on appelle des « barrières à l'imitation » qui vont permettre d'empêcher les autres de simplement piller vos idées et les reproduire à un coût bien moindre afin d'en tirer avantage à vos dépens. Brevets, marques, dessins et modèles, droit d'auteur constituent de telles barrières à l'imitation. Le rôle de l'INPI est de sensibiliser les entreprises sur ces sujets et de leur donner les clés d'utilisation de ces outils de protection afin qu'elles puissent convertir au mieux leur savoir-faire en croissance et en emplois ».

Pour en savoir plus, contactez votre CMA,

Service Appui aux Entreprises et Territoires 03 80 63 13 53, ou l'INPI Bourgogne, Philippe BORNE au 03 80 71 33 75