

Qu'est-ce qu'une marque ?

Une marque est un signe distinctif qui indique que des produits ou services sont produits ou fournis par une certaine personne ou une certaine entreprise. L'origine des marques remonte à la plus haute antiquité, à l'époque où les artisans reproduisaient leur signature ou "marque" sur leurs œuvres artistiques ou les objets de nature utilitaire ou pratique qu'ils fabriquaient. Avec le temps s'est peu à peu mis en place le système d'enregistrement et de protection des marques que nous connaissons aujourd'hui. Ce système aide les consommateurs à reconnaître et à acheter un produit ou un service donné parce que les caractéristiques et la qualité de ce produit, indiquées par sa marque unique, répondent à leurs besoins.

- **À quoi les marques servent-elles ?**

La marque offre une protection à son propriétaire, en lui donnant le droit exclusif de l'utiliser pour désigner des produits ou des services, ou d'autoriser un tiers à le faire en contrepartie d'une rémunération. La durée de la protection varie, mais une marque peut être renouvelée indéfiniment moyennant le paiement des taxes applicables. La protection des droits attachés aux marques est garantie par les tribunaux qui, dans la plupart des régimes juridiques, ont compétence pour faire cesser les atteintes aux marques. Plus largement, les marques encouragent l'initiative et l'esprit d'entreprise dans le monde en offrant à leurs propriétaires une reconnaissance et des bénéfices financiers. La protection des marques empêche aussi les concurrents déloyaux, par exemple les contrefacteurs, d'utiliser des signes distinctifs identiques ou semblables pour commercialiser des produits ou services différents ou de qualité inférieure. Le système permet aux individus dotés d'esprit d'entreprise de produire et de commercialiser des produits et services dans les conditions les plus équitables possibles, contribuant ainsi au commerce international.

- **Quels sont les types de marques admis à l'enregistrement ?**

Les marques peuvent se composer de mots, de lettres et de chiffres, isolément ou en combinaison. Elles peuvent consister en dessins, symboles ou signes tridimensionnels, tels que la forme et l'emballage des produits. Dans certains pays, les marques non traditionnelles peuvent être admises à l'enregistrement en raison de leur caractère distinctif consistant, par exemple, en un hologramme, un mouvement, une couleur ou un signe non visible (son, odeur ou goût). Outre les marques de produits ou de services, qui indiquent l'origine commerciale de ceux-ci, il existe plusieurs autres catégories de marques. La marque collective appartient à une association dont les membres utilisent la marque pour indiquer des produits d'un certain niveau de qualité, qui ont accepté de se conformer aux obligations particulières énoncées par l'association. Ces associations peuvent représenter, par exemple, des comptables, des ingénieurs ou des architectes. La marque de certification implique le respect de certaines normes, mais elle ne suppose pas l'appartenance à une association : elle peut être délivrée à quiconque peut certifier que ses produits sont conformes à certaines normes en vigueur. Les normes de qualité ISO 9000, reconnues dans le monde entier, et l'Ecolabel européen, pour les produits ayant des répercussions réduites sur l'environnement, sont des exemples de ce type de marque.

- **Comment une marque est-elle enregistrée ?**

Tout d'abord, une demande d'enregistrement de la marque doit être déposée auprès de l'office national ou régional des marques compétent. Cette demande doit contenir une reproduction claire du signe dont l'enregistrement est demandé, indiquant le cas échéant quelles couleurs, formes ou caractères tridimensionnels il comporte. La demande doit aussi contenir une liste des produits ou services auxquels le signe s'appliquera. Le signe doit répondre à certaines conditions pour pouvoir être protégé en tant que marque de produits ou de services ou marque d'un autre type. Il doit être distinctif, c'est-à-dire que les consommateurs doivent pouvoir le reconnaître comme s'appliquant à un produit particulier, et le distinguer aussi d'autres marques s'appliquant à d'autres produits. Il ne doit pas tromper les consommateurs ou les induire en erreur, ni être contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs. Enfin, les droits demandés ne peuvent pas être accordés si des droits identiques ou semblables ont déjà été accordés à un autre titulaire de marque. Le respect de cette condition est garanti par la recherche et l'examen effectués par l'office national, ou par la possibilité pour les tiers qui prétendent avoir des droits semblables ou identiques de faire opposition à la marque.

- **Quelle est l'étendue territoriale de la protection des marques?**

Presque tous les pays du monde enregistrent et protègent les marques. Chaque office national ou régional tient un registre des marques qui contient des renseignements complets sur tous les enregistrements et renouvellements, ce qui facilite l'examen et la recherche et la formation d'oppositions éventuelles par des tiers. Les effets de l'enregistrement, cependant, sont limités au pays – ou, s'il s'agit d'un enregistrement régional, aux pays – concerné(s). Pour éviter la nécessité de procéder à un enregistrement séparé auprès de chaque office national ou régional, l'OMPI administre un système d'enregistrement international des marques. Ce système est régi par deux traités, l'Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques et le Protocole de Madrid. Toute personne ayant un lien (nationalité, domicile ou établissement) avec un pays partie à l'un de ces deux traités ou aux deux peut, sur la base d'un enregistrement effectué ou demandé auprès de l'office des marques de ce pays (ou de la région concernée), obtenir un enregistrement international produisant ses effets dans certains autres pays de l'Union de Madrid, ou dans tous.