

L'INPI AU SALON MAISON & OBJET AUX CÔTÉS DES CRÉATEURS POUR LES ACCOMPAGNER DANS LA CONSTRUCTION DE LEUR STRATÉGIE DE PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE

L'institut national de la propriété industrielle sera présent au Salon Maison & Objet, du 6 au 10 septembre, dans le hall 1 – Espace Retail Lab, au Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte. Ses chargés d'affaires répondront, avec ou sans rendez-vous, à toutes les questions que peuvent se poser les entreprises et les designers sur la protection de leurs créations.

DESIGNERS, CRÉATEURS, LANCEURS DE TENDANCES : LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE, VOUS Y PENSEZ QUAND ?

Comment protéger et valoriser ses créations dans le domaine du design ? Si une réponse unique et universelle n'existe pas, il existe en revanche une série de questions à se poser pour se lancer en toute sécurité.

- Est-ce que ma création est bien nouvelle ? Est-ce que ça n'a pas déjà été fait ? Ai-je correctement benchmarké mon marché et l'état de l'art ? Quels outils peuvent m'y aider ?
- Est-ce bien un produit fini ? Existe-t-il une marge d'amélioration, la possibilité de nouvelles itérations sur ce produit ?
- Qu'est-ce qui relève du technique et de l'esthétique ? Dois-je donc protéger par un brevet ou par un modèle ?
- Quelle stratégie et force de protection souhaite-t-on avoir, en fonction de la durée de vie estimée du produit, du pays où il sera vendu, où il sera fabriqué ?
- Qui dépose le titre de propriété industrielle ? Une personne en son nom propre ou la société qui va en faire usage ?
- Dans quelles activités et classes doit-on déposer un modèle ou une marque ?
- Etant donnée ma stratégie commerciale, dans quels pays dois-je déposer ?
- Est-ce le bon moment de déposer ? Puis-je demander à différer la publication ?
- Est-ce que le designer a participé à la formalisation du dépôt et a expliqué en quoi sa création est spécifique et ses éléments distinctifs ?
- Est-ce que mes créations et produits pourraient bénéficier d'une indication géographique ?

RENCONTREZ LES EXPERTS DE L'INPI ET VERIFIEZ QUE VOUS AVEZ LES BONS RÉFLEXES POUR PROTÉGER VOS CRÉATIONS.

Sur le stand INPI, hall 1 – Espace Retail Lab

Dessins & modèles, marques, brevets, indications géographiques artisanales et industrielles, offre « coaching INPI » : **les experts de l'INPI seront à votre écoute et répondront à toutes vos questions**, avec ou sans rendez-vous, du vendredi au mardi, de 9h30 à 19h (9h30 à 18h le mardi).

LE DÉPÔT D'UNE MARQUE

EN 10 QUESTIONS



1. Qu'est-ce qu'une marque ?

Une marque est un signe pour distinguer les produits et services de ceux d'une entreprise concurrente. Aux yeux du consommateur, du public, elle représente donc l'image de l'entreprise ou de ses produits et services. Ainsi, une marque peut prendre plusieurs formes : **un mot, un nom, un slogan, des chiffres, des lettres, un logo, un dessin, une forme, une portée musicale ou une combinaison de ses différents éléments.**

2. Pourquoi déposer une marque ?

- Pour protéger sa marque,
- Pour obtenir un monopole d'exploitation,
- Pour avoir la possibilité de poursuivre en justice toute personne qui en ferait une utilisation frauduleuse ou abusive.

>> Pour un territoire donné

Exemple : la France pour un dépôt en France. La marque doit être déposée dans les pays où elle a vocation à être exploitée

>> Pour un ou plusieurs produits et services

Le dépôt est effectué dans une ou plusieurs classes de produits et services, selon l'exploitation envisagée de la marque : produits alimentaires, cosmétiques, ...

>> **Valable pendant 10 ans, renouvellement tous les 10 ans** ou par renouvellement anticipé afin d'y associer un nouveau dépôt en cas d'évolution ou de modification de la marque.

3. Qui peut déposer une marque ?

Toute personne physique (particulier, artisan, commerçant, créateur, etc.) ou morale (entreprise, association, société civile, ...) domiciliée en France ou dans un État membre de l'Union européenne ou encore de l'Espace économique européen peut déposer une marque. En dehors des cas mentionnés, il est nécessaire de passer par un mandataire (conseil en propriété industrielle, avocat).

4. Quelles sont les conditions à respecter ?

Le déposant doit s'assurer que :

- **sa marque est valide**, c'est-à-dire qu'elle doit pouvoir être représentée graphiquement, quelle que soit sa forme (nom, mot, dessin, logo, slogan) ; elle ne doit pas être trompeuse ni contraire à l'ordre public et aux bonnes mœurs ; elle doit être distinctive, c'est-à-dire ne pas être la désignation habituelle du produit ou service ni en décrire une caractéristique (qualité ou nature) ;
- **sa marque est disponible** : il appartient au déposant de vérifier au préalable, la disponibilité de la marque qu'il souhaite protéger, pour éviter notamment de déposer une marque identique ou similaire à une marque existante et déjà déposée.

5. Comment vérifier la disponibilité d'une marque ?

Il s'agit d'abord de vérifier qu'il n'existe pas de noms identiques dans un domaine d'activité identique ou

similaire et pour des produits ou services identiques ou similaires. Ensuite, vérifier qu'il n'existe pas de noms similaires (ressemblances orthographiques, phonétiques et intellectuelles) avec une marque déjà déposée.

6. Quelles différences entre une marque, une dénomination sociale, une enseigne ou un nom de domaine ?

La dénomination est le nom de la société et figure dans sa déclaration d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés (RNCS). L'enseigne d'une entreprise identifie son local commercial et localise l'établissement ou s'exerce son activité. Le nom commercial est le nom sous lequel une entreprise se fait connaître de sa clientèle.

Le nom d'une société ou de ses produits et services peut donc être protégé à titre de marque, de dénomination sociale ou de noms de domaine.

7. Quelles sont les étapes clés dans l'enregistrement d'une marque ?

Le dépôt d'une marque française s'effectue auprès de l'INPI dans certaines classes de produits et services. La marque est publiée 6 semaines après le dépôt. L'INPI effectue l'examen de validité de la marque mais ne vérifie pas sa disponibilité. Parallèlement à l'examen de l'INPI, la publication ouvre un délai de 2 mois aux tiers pour faire soit des observations soit opposition à l'enregistrement de la marque.

Si la demande de marque est régulière, l'enregistrement de la marque est effectué environ 5 mois après son dépôt.

8. Comment se protéger à l'étranger ?

- Par le dépôt d'une marque nationale dans le pays concerné,
- Par le dépôt d'une marque de l'Union européenne auprès de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO),
- Par le dépôt d'une marque internationale auprès de l'INPI qui transmet la demande à l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI).

À noter : si le dépôt d'une marque française limite la protection de la marque aux frontières hexagonales, une demande d'extension à l'international peut bénéficier d'un droit de priorité dans les 6 mois suivant le dépôt français à l'INPI.

9. Combien coûte un dépôt de marque à l'INPI ?

- 210 € pour un dépôt en ligne (pour 1 à 3 classes)
- 42 € par classe supplémentaire
- 250 € le renouvellement d'une marque sur 10 ans

10. Que faire après le dépôt d'une marque en France ?

La marque est un bien immatériel. Son propriétaire doit donc veiller sur sa propriété et l'exploiter au mieux, comme il le fait pour tous ses biens.

La marque doit être exploitée. Si son propriétaire ne veut ou ne peut l'exploiter, une marque peut être vendue, apportée en société ou concédée dans le cadre d'une licence.

A savoir : une marque non exploitée dans les 5 ans qui suivent son enregistrement, peut faire l'objet d'une déchéance. De même pour une marque dont l'exploitation est abandonnée depuis plus de 5 ans.

Il importe au propriétaire d'une marque d'effectuer une veille sur sa marque afin que personne ne l'utilise, ne l'imité ou ne dépose une marque, et ce pour des produits identiques ou similaires. Il appartient au propriétaire d'une marque et non à l'INPI de s'opposer à l'enregistrement d'une nouvelle marque qui pourrait porter atteintes à ses droits.

Le propriétaire de la marque peut demander le renouvellement de sa marque tous les 10 ans.

LE DÉPÔT DE DESSINS & MODÈLES

EN 10 QUESTIONS



1. Qu'est-ce qu'un dessin ou un modèle ?

Peut être protégé au titre de dessin ou modèle **l'apparence d'un produit ou d'une partie de produit**, représentée en deux dimensions (dessin) ou en trois dimensions (modèle).

Cette apparence se caractérise notamment par les lignes, contours, couleurs, forme, texture, matériaux utilisés, etc. Ces caractéristiques peuvent être celles du produit lui-même ou de son ornementation.

2. Pourquoi déposer un dessin ou un modèle ?

- Pour protéger le design industriel ou artisanal de ses produits
- Pour obtenir un monopole d'exploitation
- Pour avoir la possibilité de poursuivre en justice toute personne en cas de contrefaçon
- Pour pouvoir concéder des licences d'exploitation

>> Pour un territoire donné

Exemple : la France, l'Europe ou à l'international (cf. fiche « Les différentes voies du dépôt »)

>> **Pour une durée initiale de 5 ans ou 10 ans en France**, renouvelable par tranche de 5 ans pour un maximum de 25 ans.

Les dessins et les modèles sont des actifs immatériels qui peuvent être valorisés et transmis.

3. Quelle différence avec le droit d'auteur ?

Si le droit d'auteur s'acquiert en France sans formalité de dépôt, à la création de l'œuvre, la protection par dessins & modèles atteste de la date de création et de la titularité de l'auteur sur le dessin et modèle concerné et facilite l'extension de sa protection à l'étranger, où les lois sur les droits d'auteur diffèrent.

4. Qui peut déposer un dessin ou un modèle ?

Toute personne physique (particulier, artisan, commerçant, créateur, etc.) ou morale (entreprise, association, société civile, etc.) peut déposer ou s'adresser à un mandataire (avocat, conseil en propriété industrielle) pour l'accompagner dans ses démarches.

Si le déposant n'est pas le créateur, il doit s'assurer de détenir les droits sur le dessin ou modèle concerné.

5. Quelles sont les conditions à respecter ?

Le déposant doit s'assurer, pour éviter de commettre lui-même un acte de contrefaçon que :

>> **le dessin ou modèle est nouveau**, c'est-à-dire qu'aucun dessin ou modèle identique ou quasi identique n'a été divulgué, par sa commercialisation ou sa divulgation dans une publicité avant la date du dépôt.

>> **le dessin ou modèle possède un caractère propre**, c'est-à-dire qu'il ne doit pas susciter une impression de déjà-vu, sachant que cette antériorité s'apprécie sans limite dans le temps (un motif de tissu du XIIIe siècle) ou l'espace (création divulguée dans n'importe quel pays du monde).

>> **l'apparence du produit n'est pas exclusivement dictée par des choix techniques**

6. Quelle différence entre un dépôt classique et un dépôt simplifié ?

Dans le dépôt simplifié, la publication au Bulletin officiel de la propriété industrielle (BOPI) n'est pas immédiate mais effectuée uniquement à la demande du déposant, ce qui permet de garder secret le dépôt et de décider de l'opportunité de rendre publiques ses créations.

Le dépôt simplifié est réservé aux seuls créateurs et entreprises qui renouvellent fréquemment la forme ou le décor de leurs produits, par exemple dans le secteur de la mode.

7. Quand déposer ?

Idéalement dès la finalisation de la création d'un dessin ou d'un modèle pour garantir ses droits et sinon à tout moment, dès lors que les dessins & modèles n'ont pas été divulgués.

8. Où déposer ses dessins et modèles ?

Auprès de l'INPI, par voie électronique uniquement.

9. Combien coûte un dépôt de dessins & modèles à l'INPI ?

- 39 € pour 5 ans
- 39 € + 52 € pour une protection étendue à 10 ans

Il faut également payer les taxes liées aux reproductions :

- 23 € par reproduction noir et blanc
- 47€ par reproduction en couleur

10. Que faire après le dépôt d'un dessin ou d'un modèle ?

Le dessin ou modèle est un bien immatériel. Son propriétaire doit donc veiller sur sa propriété et l'exploiter au mieux, comme il le fait pour tous ses biens.

Les dessins & modèles doivent être exploités par leur propriétaire ou être vendus, apportés en société ou concédés dans le cadre d'une licence.

Le propriétaire de dessins ou modèles doit également veiller à ce que personne ne l'utilise ou ne l'imité pour commercialiser des produits identiques ou similaires sans son consentement.

Tout événement affectant la vie (cession, licence) des dessins & modèles doit être inscrit au Registre national des dessins et modèles.

La protection d'un dessin ou modèle doit être renouvelée tous les 5 ans.

LE DÉPÔT D'UN BREVET

EN 10 QUESTIONS



1. Qu'est-ce qu'un brevet ?

Un brevet protège une invention technique, c'est-à-dire un produit ou un procédé qui apporte une nouvelle solution technique à un problème technique donné.
Le brevet est un actif immatériel qui peut être valorisé et transmis.

2. Pourquoi déposer un brevet ?

Pour protéger son invention,
Pour obtenir un monopole d'exploitation,
Pour avoir la possibilité de poursuivre en justice toute personne en cas de contrefaçon.

>> Pour un territoire donné

Exemple : la France, l'Europe ou à l'international (cf. fiche « Les différentes voies du dépôt »)

>> Pour une durée maximale de 20 ans

3. Quelle différence avec le certificat d'utilité ?

La durée du monopole d'exploitation d'un certificat d'utilité est de 6 ans au lieu de 20 ans. Il convient plus particulièrement aux inventions dont la durée de vie est réduite. Le certificat d'utilité est délivré sans rapport de recherche (cf. question 8).

4. Qui peut déposer un brevet ?

Toute personne physique (particulier, artisan, commerçant, créateur, etc.) ou morale (entreprise, association, société civile ...) peut déposer un brevet.
Le déposant peut s'adresser à un mandataire (avocat, conseil en propriété industrielle) pour être aidé dans ses démarches.

5. Quelles sont les conditions à respecter ?

L'invention doit être nouvelle et ne pas avoir déjà été rendue accessible au public ou publiée dans une revue scientifique. Jusqu'au dépôt, le déposant doit garder un secret absolu sur son invention.

L'invention doit pouvoir s'appliquer à une fabrication industrielle.

L'invention doit démontrer de l'inventivité, c'est-à-dire qu'elle ne doit pas découler de manière évidente d'une technique connue, d'un savoir-faire.

6. Pourquoi l'invention est-elle rendue publique ?

En contrepartie du monopole que donne le brevet, la publication de l'information qu'il contient, 18 mois après le dépôt de la demande (en France ou à l'étranger) permet de rendre les informations techniques accessibles au public.

7. Quand et où déposer son brevet ?

Quand ? Le plus tôt possible, la date du dépôt de la demande déterminant le point de départ officiel de la protection, et quand bien même les droits de propriété industrielle en sont définitivement acquis qu'à la délivrance du brevet.

Où ? Auprès de l'INPI pour un brevet français, par voie électronique.

8. Quelles sont les étapes clés dans la délivrance d'un brevet français ?

Préalablement au dépôt, il est conseillé au futur déposant d'effectuer une recherche d'antériorités. Cette recherche peut notamment s'effectuer dans les bases de données brevets gratuites disponibles sur Internet. Le but de cette recherche est de savoir ce qui a déjà été déposé dans son domaine.

Le dépôt de la demande de brevet français s'effectue auprès de l'INPI (de préférence rédigée par un professionnel en propriété industrielle).

Le déposant reçoit un Rapport de recherche préliminaire (RRP) de l'INPI environ 9 mois après le dépôt, qui répertorie toutes les antériorités opposables à cette demande de brevet.

Si la protection dans des pays étrangers est envisagée, le déposant pourra, dans un délai de 12 mois (droit de priorité) à compter de la date de dépôt de la demande française, étendre la protection de son invention à l'étranger et bénéficier de la date de dépôt de la demande française.

À 18 mois, la demande de brevet est publiée, en général en même temps que le RRP.

Environ 2 ans après le dépôt de la demande, le brevet est délivré par l'INPI.

9. Combien coûte un brevet français ?

Le coût du brevet français comprend les taxes officielles de l'INPI et la rédaction par le conseil en propriété industrielle.

Les taxes de l'INPI se répartissent ainsi :

- 26 € pour le dépôt électronique
- 520 € pour la rédaction du Rapport de recherche préliminaire (RRP)
- 90 € pour la délivrance du brevet

À noter : 50 % de réduction sur ces tarifs sont accordés aux PME de moins de 1000 salariés, aux personnes physiques et aux OBNL de l'enseignement ou de la recherche.

La rédaction du brevet par un Conseil en propriété industrielle coûte en moyenne 5 000 €, avec une fourchette approximative allant de 2 500 € à 10 000 € pour les demandes plus complexes.

Chaque année, le titulaire du brevet doit s'acquitter d'une redevance qui assure le maintien de son monopole d'exploitation (38 € de la 2^e à la 5^e annuité, puis elles augmentent).

10. Que faire après le dépôt d'un brevet en France ?

Le propriétaire peut exploiter le brevet ou le faire exploiter par d'autres et doit veiller à ce que personne n'utilise son invention sans son consentement. Le brevet peut être cédé, mis en licence... (ces actes doivent être inscrits au Registre National des Brevets).

Pour le maintenir en vigueur, il doit s'acquitter chaque année du paiement d'annuités.

Au bout de 20 ans, l'innovation tombe dans le domaine public.

LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

EN 10 QUESTIONS



1. Qu'est-ce qu'une indication géographique ?

Une indication géographique est composée d'un nom de produit, associé à celui d'une zone géographique. Elle distingue un produit originaire d'une zone géographique déterminée et dont les caractéristiques sont liées à cette zone géographique. Ces caractéristiques sont spécifiées dans un cahier des charges examiné par l'INPI. L'homologation est délivrée à l'issue d'une enquête publique et d'une instruction conduites par l'INPI.

C'est la loi dite « consommation », votée en 2014, qui a élargi les indications géographiques aux produits manufacturés. Auparavant, seuls les produits agricoles et viticoles pouvaient bénéficier d'indications géographiques.

2. Pourquoi déposer une indication géographique ?

Signe officiel de qualité et d'origine, l'indication géographique assure aux consommateurs l'authenticité des produits qu'ils achètent. Elle permet aux artisans et entreprises de valoriser leurs produits et de protéger leur savoir-faire de la concurrence déloyale et de la contrefaçon.

3. Qui peut déposer une indication géographique ?

Seul un groupement d'artisans et d'entreprises a la possibilité de déposer une demande d'homologation pour une indication géographique. Ce groupement, appelé « organisme de défense et de gestion », doit être une personne morale de droit privé (association ou syndicat professionnel).

4. Que doit comporter le cahier des charges ?

Le cahier des charges doit faire ressortir les critères spécifiques et objectifs qui permettent de démontrer en quoi le produit peut bénéficier de l'indication géographique.

Il doit notamment indiquer : le nom de l'indication géographique ; le produit concerné ; la délimitation de la zone géographique ou du lieu déterminé associé ; la qualité, la réputation, le savoir-faire traditionnel ou les autres caractéristiques que possède le produit concerné et qui peuvent être attribués essentiellement à cette zone géographique, ainsi que les éléments établissant le lien entre le produit et la zone géographique ; la description du processus d'élaboration, de production et de transformation, dont les opérations de production ou de transformation qui doivent avoir lieu dans la zone géographique ainsi que celles qui garantissent les caractéristiques mentionnées au point précédent.

5. Comment déposer une indication géographique ?

Sur le site de l'INPI, www.inpi.fr rubrique « démarches en ligne ». Les délégations de l'INPI, implantées dans toutes les régions, se tiennent également à la disposition des entrepreneurs pour les renseigner.

6. Combien coûte une indication géographique ?

Le dépôt d'une indication géographique coûte 350 €.

7. Comment le consommateur peut-il reconnaître une indication géographique ?

Une indication géographique prend la forme d'un logo, accompagné du nom de l'indication géographique et du numéro d'homologation, apposé sur le produit, son emballage ou son étiquetage. Seul l'organisme de défense et de gestion bénéficiant de l'indication géographique peut autoriser une entreprise ou un artisan à utiliser ce logo.

8. Quels sont les avantages de l'indication géographique ?

L'indication géographique est un signe officiel de qualité, délivré par l'INPI, pouvant être utilisé sur des produits qui ont une origine géographique précise et qui possèdent des qualités, une notoriété ou des caractéristiques liées à ce lieu d'origine.

Pour les consommateurs, c'est une garantie sur la qualité et l'authenticité d'un produit respectant un savoir-faire traditionnel, qui a contribué à la réputation particulière du produit.

Pour les artisans ou entreprises, c'est un moyen de valoriser leurs produits et leurs savoir-faire, ainsi qu'un outil efficace contre une concurrence déloyale et d'éventuelles contrefaçons.

Pour les collectivités locales, c'est un moyen de protéger leur patrimoine et de mettre en valeur des savoir-faire territoriaux.

9. Quelles sont les indications géographiques déjà homologuées ?

Les indications géographiques homologuées à ce jour sont :

- le « siège de Liffol » (décembre 2016)
- le « granit de Bretagne » (janvier 2017)
- la « porcelaine de Limoges » (décembre 2017)
- la « pierre de Bourgogne » (juin 2018)
- le « grenat de Perpignan » (novembre 2018)
- le « tapis d'Aubusson » (décembre 2018)
- la « tapisserie d'Aubusson » (décembre 2018)
- la « charentaise de Charente-Périgord » (mars 2019)

10. Quelles sont les autres demandes en cours ?

Ce label intéresse de nombreuses entreprises dans toutes les régions françaises : une cinquantaine de prises de contact et demandes d'information ont été faites auprès de l'INPI. Une demande d'indication géographique relative aux pierres marbrières de Rhône-Alpes est en cours d'instruction.



À PROPOS DE L'INPI

Au-delà de son action d'enregistrement et de délivrance de titres (brevets, marques, dessins et modèles), l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) agit en faveur du développement économique par ses actions de sensibilisation et de valorisation de l'innovation et de ses enjeux. L'institut accompagne tous les innovateurs pour qu'ils transforment leurs projets en réalisations concrètes, leurs innovations en valeur. Établissement public autofinancé et placé sous la tutelle du ministère en charge de la propriété industrielle, l'INPI participe également activement à l'élaboration et la mise en œuvre des politiques publiques dans le domaine de la propriété intellectuelle, du soutien à l'innovation et à la compétitivité des entreprises tout comme de la lutte anti-contrefaçon. Dépositaire de tous les titres de propriété industrielle déposés en France et des données du Registre National du Commerce et des Sociétés, l'INPI diffuse plus de 14 millions de données ouvertes, libres et réutilisables.

Contact presse : Anne-Sophie Prusak | aprusak@inpi.fr | 01 56 65 85 80 | 06 60 69 54 17

