

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

PROTÉGÉE PAR LA MARQUE

Parce que l'identité d'une entreprise constitue sa première valeur, il est important de protéger sa marque. Chaque entreprise peut accéder aux nombreux outils à sa disposition pour la préserver.

Texte : Sébastien Lambotte | Photo : Luc Deflorenne

English, read page 48...

Sans marque, il n'y a pas de droit», explique Olivier Laidebeur, conseil en propriété intellectuelle au sein de l'Office Freylinger à Luxembourg. «Le seul moyen existant aujourd'hui pour créer un droit sur une appellation ou un signe est obligatoirement le dépôt de marque et un enregistrement. Pour une entreprise, quelle que soit sa taille, c'est quelque chose d'essentiel. Parce que tout le monde a une marque. Il faut donc veiller à la protéger.» Pourtant, on constate aujourd'hui que de très nombreuses entreprises n'ont pas encore conscience de l'importance de protéger leur marque, les éléments inhérents à leur identité, leurs appellations de produits ou encore de services.

Or les risques d'usurpation, de contrefaçon ou tout simplement de vol d'identité d'une entreprise sont pourtant bien réels. «On peut travailler sous une appellation pendant 50 ans, si celle-ci n'est pas enregistrée, quelqu'un, du jour au lendemain, peut déposer une marque sous cette dernière et interdire son utilisation par quiconque à l'avenir», précise Olivier Laidebeur. Quand on a capitalisé pendant de longues années autour d'un nom, quand la réputation de son entreprise est liée à celui-ci, se voir en interdire l'usage peut s'avérer catastrophique. On comprend dès lors mieux l'intérêt de protéger ce qui, pour bon nombre d'entreprises, constitue ce qu'elles ont de plus cher : leur identité.

Car si un dépôt de marque permet d'éviter toute usurpation, il permet aussi d'interdire à d'autres de se positionner en tant que concurrents sur un créneau donné. «Par un dépôt de marque, je peux protéger mon territoire commercial. D'ailleurs, il n'y a que la protection de la propriété intellectuelle, actuellement, qui permet l'établissement d'un monopole autour d'un produit ou d'un service spécifique», poursuit l'expert en propriété intellectuelle. Le simple fait d'utiliser une marque pour protéger un produit, un service ou une offre autorise l'entreprise à disposer d'une palette d'outils et de possibilités de recours permettant



Olivier Laidebeur, conseil en propriété intellectuelle au sein de l'Office Freylinger à Luxembourg

Olivier Laidebeur, intellectual property consultant at Office Freylinger in Luxembourg

de protéger son activité. «Déposer une marque, c'est créer un droit et, de ce fait, se donner les moyens de le faire respecter, de pouvoir régler les problèmes que l'on pourrait avoir avec d'autres», ajoute Olivier Laidebeur.

Recours possibles

Le dépôt d'une marque permet d'abord à une entreprise d'accéder à une procédure d'opposition, qui permet de bloquer l'enregistrement d'une marque ultérieure au dépôt que l'on a soi-même opéré, parce que cette nouvelle marque en est proche ou similaire. «Dans 80 à 90 % des cas, la procédure d'opposition permet d'arriver à des accords à l'amiable, pour mieux définir le territoire commercial de chacun, les droits des uns et des autres», poursuit Olivier Laidebeur. Il faut cependant opérer une veille permanente pour pouvoir profiter de ce recours. «C'est évidemment essentiel, après avoir déposé une marque, d'opérer une surveillance. Sans cela, le dépôt de marque est aussi inutile qu'un imperméable sans capuche sous la pluie», explique l'associé de l'Office Freylinger. Le dépôt de marque, en outre, ouvre la voie à une série de recours et d'actions judiciaires, comme l'annulation d'une autre marque ou encore l'interdiction de son usage par un tiers. «Ces opérations, de manière générale, en cas de

constat d'usage abusif par un tiers d'une marque déposée, permettent d'obtenir des dommages et intérêts. Cela va de l'arrêt effectif de son usage à la saisie de marchandises en passant par la fermeture des locaux, des publications dans la presse spécialisée... Les conséquences, en termes de sanctions, peuvent s'avérer lourdes», rappelle Olivier Laidebeur.

Outre les actions judiciaires, le détenteur d'une marque peut bénéficier, aussi, d'une surveillance douanière qui y est liée, assortie de sanctions en cas de constat de contrefaçon en provenance de l'étranger. À l'heure où le Web a aussi pris une importance capitale dans la vie d'une entreprise, l'enregistrement d'une appellation peut encore permettre de récupérer des noms de domaine liés à la marque et utilisés par des tiers à des fins peu avantageuses pour celle-ci (captation du trafic lié à la marque, vente de liens...). Ces recours, on le comprend, constituent des outils essentiels pour toute entreprise qui veut maîtriser son image, mais surtout la protéger. Sans oublier que, au-delà de la valeur intrinsèque d'une marque, des revenus peuvent être générés autour de la propriété intellectuelle. Au Luxembourg, ces revenus nets sont exonérés d'impôts à hauteur de 80 %. Une raison de plus, et non des moindres, de bien se protéger. ✕