

Comment bien choisir sa marque et la protéger?

Une marque permet de différencier ses produits et ses services de ceux des autres acteurs du marché. Elle peut être de différentes formes, telles qu'un nom, un logo, un slogan, un son, etc.

Protéger sa marque avant ses concurrents permet d'empêcher ceux-ci d'en faire usage sans accord et qu'ils la déposent à leur tour.

Une société peut être titulaire d'une ou plusieurs marques ne correspondant pas nécessairement à la raison sociale (ou nom) de ladite société. Par exemple, la société Caran d'Ache SA est titulaire des marques «Edelweiss» et «Alpina».

Pour choisir sa marque, il est utile de procéder à une analyse de marché. Ceci n'est toutefois pas suffisant.



Anne Dorthe

Avocate, Associée
LL.M. en propriété intellectuelle
www.jmrlegal.ch

L'entrepreneur avisé examinera la conformité du signe envisagé au droit suisse et effectuera une recherche des marques préexistantes avec lesquelles il existerait un risque de confusion, sachant que la Suisse compte à ce jour plus de 500 000 marques protégées.

Il conviendra de renoncer à un nom descriptif des produits ou des services, qui conduira souvent à un rejet de l'IPI. Même si cette étape est passée avec

succès, il subsistera un danger de radiation ultérieure, avec les conséquences fâcheuses que cela comporte. A ceci s'ajoute le fait que plus une marque est distinctive, plus elle est forte sur le marché.

Un caractère manifestement trompeur pour le consommateur (par exemple «café» pour des produits n'en contenant pas) doit être évité.

Intégrer un élément géographique dans sa marque, tel que «Toscana», si le produit ou le service ne provient pas effectivement du lieu concerné, est périlleux. La protection de la marque pourra en effet être limitée à des produits originaires de ce lieu. Pire, la demande liée à des services pourra être rejetée.

Être accompagné d'un avocat peut s'avérer utile pour développer une

stratégie globale et prendre les bonnes décisions. Son mandat consistera souvent à analyser les chances de succès à la lumière de la loi et de la jurisprudence actuelles, ainsi qu'à évaluer un potentiel risque de confusion avec des marques tierces. La demande d'enregistrement de la marque sera rédigée et adressée par ses soins à l'autorité compétente, après avoir déterminé le type de marque, les classes idoines, l'opportunité de revendiquer une couleur, etc. L'autorité disposera d'un interlocuteur privilégié en mesure de s'assurer du respect des différents délais. En cas d'intérêt pour d'autres pays, une demande d'enregistrement international sera déposée.

TEXTE ANNE DORTHE

AVOCATS
RECHTSANWÄLTE
ATTORNEYS AT LAW

**REYMOND
& ASSOCIÉS**