

Résumé

Le dépôt de marque permet au titulaire des droits d'avoir un monopole d'exploitation. Cela lui permet de vendre, de commercialiser, de communiquer sur les services et produits développés par le titulaire. La marque permet de se distinguer de ses concurrents. La durée de protection de la marque est de 10 ans renouvelable. Cela permet d'utiliser la marque de façon pérenne.

Les mots clés associés

Marque, protection, droits d'auteur, dessins et modèles, secret d'affaires, marque verbale, marque figurative, marque semi-figurative, marque géographique, marque de couleur, marque de forme, dépôt, monopole d'exploitation, signe, disponibilité, distinctivité, licéité, non déceptivité, antériorités, marque de fantaisie, marque patronymique, surveillance, étiquette, visuels, contrefaçon, opposition, nullité, déchéance.

Les questions les plus fréquentes :

Qu'est-ce qu'une marque ?.....	1
Qu'est-ce qu'un droit d'auteur ?.....	2
Qu'est-ce qu'un dessin et modèle ?.....	3
Qu'est-ce qu'un secret d'affaires ?	3
Vin De France et les Marques géographiques ?.....	4
Comment déposer et défendre une marque ?	4
Peut-on protéger l'étiquette d'une bouteille de vin ?	4
Quelles sont les sanctions associées ?	5

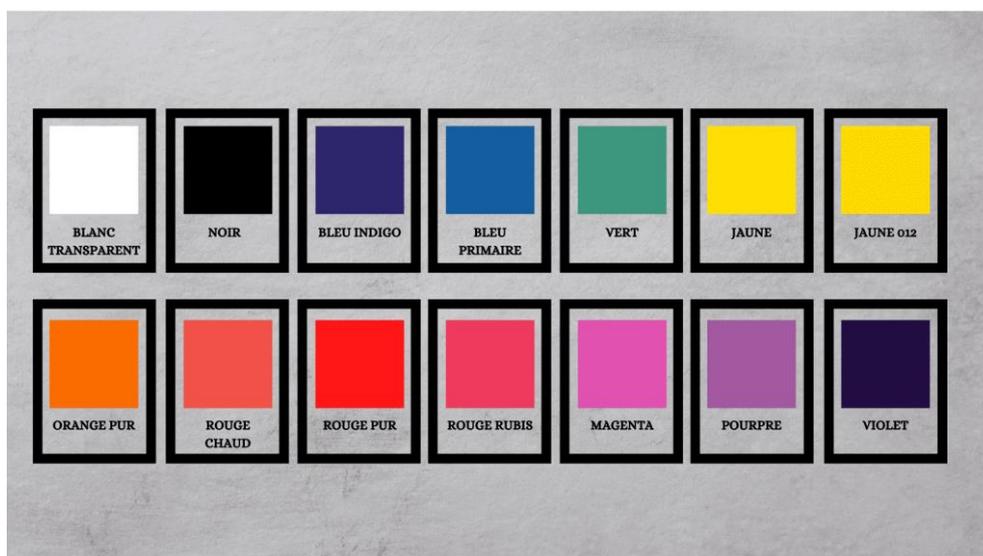
Qu'est-ce qu'une marque ?

Le Code de la propriété intellectuelle¹ définit la marque comme un « **signe** » permettant de **distinguer précisément les produits et services d'une entreprise de ceux de ses concurrents**. Il peut s'agir d'un mot, d'un nom, d'un slogan, de lettres, de chiffres, d'un logo ou encore d'une image ou d'une vidéo. La marque peut être une combinaison de ces différents éléments.

¹ [Article L.711-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle](#)

Les différentes marques possibles pour un Vin De France :

- **La marque figurative** emploie des caractères, une stylisation, une mise en page non standard, ou bien une caractéristique graphique ou une couleur. Cela peut être un dessin, un logo, une combinaison d'éléments figuratifs et verbaux.
- **La marque de couleur** consiste en la représentation exclusive d'une couleur sans contour ou d'une combinaison de couleurs. Le dépôt d'une marque de couleur est conditionné au renseignement de la référence des nuances de couleurs choisies dans un code international reconnu, comme le « code Pantone »



- **La marque semi-figurative** associe un élément verbal à un élément figuratif. Ca peut être un logo associé du nom verbal de la marque ou slogan. L'ensemble sera protégé.
- **La marque verbale** est composée exclusivement de mots ou de lettres ou autres caractères typographiques standards ou d'une combinaison de ceux-ci. Cela peut être un mot, un nom, un slogan, des chiffres et/ ou des lettres.
- **La marque de forme** consiste en une forme tridimensionnelle. Cela peut être, la forme du produit en lui-même, la forme de son conditionnement.

Qu'est-ce qu'un droit d'auteur ?

Le droit d'auteur² protège les œuvres littéraires, notamment les créations graphiques, sonores ou audiovisuelles et plastiques. Le droit d'auteur ne protège pas les idées ou les concepts. Le droit d'auteur s'acquiert sans formalités, du fait même de la création de l'œuvre. Votre création est donc protégée à partir du jour où vous l'avez réalisé.

² [Article L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle](#)

Vous pouvez cumuler le droit d'auteur et un dépôt de marque pour protéger une création graphique, si celle-ci sert à distinguer votre entreprise de ses concurrents, si elle est, aux yeux des clients, un signe d'identification de vos produits ou de vos services.

Si le droit d'auteur naît à partir de la date de création de l'œuvre sans formalités de dépôt : celle-ci doit toutefois être "originale", c'est-à-dire qu'elle doit porter la marque de votre personnalité en tant qu'auteur. Vous devez être en mesure d'apporter la preuve de la date à laquelle votre œuvre a été créée, en cas de litige.

Qu'est-ce qu'un dessin et modèle ?

Le droit des dessins et modèles³ protège l'apparence d'un produit, ou d'une partie de produit, caractérisée en particulier par ses lignes, ses contours, ses couleurs, sa forme, sa texture ou ses matériaux.

En déposant un dessin ou un modèle à l'INPI, vous obtenez un monopole d'exploitation sur le territoire français pour une durée minimale de 5 ans, qui peut être prolongée par tranches de 5 ans, jusqu'à une période maximale de 25 ans. Vous êtes ainsi le seul à pouvoir utiliser et tirer un bénéfice de votre création.

Qu'est-ce qu'un secret d'affaires ?

Le secret d'affaires⁴ est un des droits de propriété intellectuelle portant sur des renseignements confidentiels pouvant être vendus ou faire l'objet de licences. Le secret d'affaires doit avoir une valeur commerciale ; être connu d'un groupe limité de personnes ; elle fait l'objet de la part de son détenteur légitime de mesures de protection raisonnables, compte tenu des circonstances, pour en conserver le caractère secret.

Exemples de secrets d'affaires : la stratégie commerciale ; le projet d'acquisition d'entreprises ; le lancement d'un nouveau produit ; les recettes, etc.

Plus largement, les savoir-faires et les informations commerciales non divulguées sont couverts par le secret d'affaires.

³ [Article L.511-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle](#)

⁴ [Article L.151-1 et suivants du Code de commerce](#)



- **Pas de Marque Géographique**

Il est interdit de déposer ou utiliser une marque comprenant un élément (texte ou dessin) faisant référence à une zone géographique spécifique telle qu'une région de France, un vignoble, un village.

- **Pas de termes réglementés**

Il est interdit de déposer comme marque un terme réglementé comme les mentions traditionnelles valorisantes (Château, Clos, Cru, domaine ...) car réservé aux vins sous AOP ou IGP.

- **Utiliser une marque Fantaisie ou Patronymique**

En revanche, vous pouvez choisir à titre de marque un terme fantaisie tel qu'un terme distinctif (nom de famille), logo, dessin sous réserve de leur disponibilité.

Comment déposer et défendre une marque ?

Il est essentiel pour un producteur de vin de protéger le nom de ses produits, via un dépôt de marque. Mais la réglementation en matière de marque viticole est complexe. Il faut se montrer prudent lors du dépôt.

Le signe choisi doit être :

- **Distinctif** : identifie l'origine commerciale du produit.
- **Disponible** : ne doit pas porter atteinte à des droits antérieurs de tiers, ni par imitation ni par évocation.
- **Licite** : le signe ne doit pas être interdit, ni contraire à l'ordre public.
- **Non déceptive** : ne doit pas être de nature à tromper le consommateur sur l'origine, la qualité ou la nature des produits qu'elle désigne.

Déposer sa marque de Vin De France permet un monopole d'exploitation et donc de se distinguer de la concurrence.

Pour déposer sa marque, il faut l'enregistrer à l'INPI en France qui confère une protection pour 10 ans renouvelable indéfiniment. Au niveau européen, il est possible de déposer sa marque auprès de EUIPO qui confère une protection de 10 ans renouvelable indéfiniment.

Peut-on protéger l'étiquette d'une bouteille de vin ?

Les dessins et illustrations d'une étiquette de vin peuvent être considérés comme des œuvres de l'esprit présentant un caractère original et peuvent donc être protégées par le droit d'auteur.

Attention, pensez à faire une cession de droits d'auteur si vous faites appel à un graphiste pour la création de votre logo ou de votre étiquette.

Quelles sont les sanctions associées ?

En cas d'atteinte à des droits protégés, il existe différents types d'actions :

- **Pour les marques**, il est possible d'agir devant les offices de propriétés intellectuelles (action en opposition, action en déchéance, action en nullité) et devant les tribunaux (action en contrefaçon) en cas d'atteinte aux droits de la marque.
- **Pour le droit d'auteur** qui protège les étiquettes et les visuels, il est possible d'engager une action en contrefaçon.
- **Pour les dessins et modèles** qui protègent la forme de la bouteille, il est également possible d'engager une action en contrefaçon.

Les textes de référence :

- [Article L.711-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle](#)
- [Article L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle](#)
- [Article L.511-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle](#)
- [Article L.151-1 et suivants du Code de commerce](#)
- [Décret n°2012-665 du 4 mai 2012 relatif à l'étiquetage et à la traçabilité des produits vitivinicoles et à certaines pratiques œnologiques](#)

L'utilisation de cette fiche est réservée aux opérateurs de Vin De France. Les éléments ci-dessus sont donnés à titre d'information et ne tiennent pas compte de la réglementation nationale applicable à d'autres pays que la France. Ils ne sont pas forcément exhaustifs et ne sauraient se substituer aux textes officiels. L'Anivin de France met tout en œuvre pour offrir aux utilisateurs des informations vérifiées mais ne saurait être tenue pour responsable d'informations incomplètes.