



Comment protéger mon Vin De France ?

Mai 2025

Résumé

Le dépôt de marque permet au titulaire des droits d'avoir un monopole d'exploitation. Les vins protégés par une marque disponible, licite, distinctive et non déceptive, seront protégés de tout comportement déloyal de la part d'un autre.

Le dépôt de marque doit se faire auprès de l'INPI pour une protection nationale ou de l'EUIPO pour une protection européenne. La marque déposée est protégée pour une durée de 10 ans renouvelable indéfiniment.

Les mots clés associés

Marque, protection, droits d'auteur, dessins et modèles, secret d'affaires, marque verbale, marque figurative, marque semi-figurative, marque verbale, 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 ?	3
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 ?	5
Quelles sont les sanctions associées ?	5
Qu'est ce qui ne peux pas faire l'objet d'une marque ?	5

Qu'est-ce qu'une marque ?

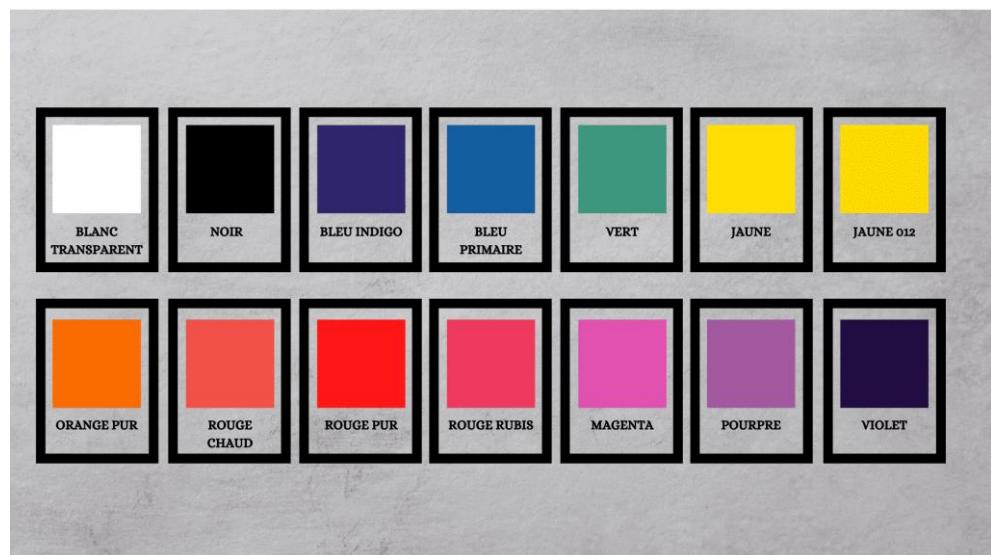
Le Code de la propriété intellectuelle¹ définit la marque comme un « **signe** » permettant de distinguer précisément les produits et services d'une entreprise de ceux de ses concurrents. Il

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

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.

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 est défini par le Code de la propriété intellectuelle et il protège les œuvres artistiques et littéraires. On y trouve les écrits littéraires, artistiques, les œuvres dramatiques / audiovisuelles / graphiques, les dessins, les logiciels...

Le droit d'auteur s'acquiert du simple fait de la création de l'œuvre. Il en résulte que le droit d'auteur s'obtient sans formalité, il n'y a pas de dépôt à effectuer.

Cependant, en cas de litige, vous devez apporter la preuve de la date à laquelle votre œuvre a été créée.

Malgré l'absence de nécessité d'un dépôt, le droit d'auteur doit répondre à deux conditions :

- l'œuvre doit être "originale", elle doit porter l'empreinte de votre personnalité en tant qu'auteur;
- elle ne doit pas porter sur des idées ou des concepts.

Il est possible de cumuler le droit d'auteur et le dépôt d'une marque afin de protéger une création graphique si celle-ci sert à distinguer votre entreprise de ses concurrents. Il faut qu'aux yeux des clients cette cumulation permettent un réel signe d'identification de vos produits ou de vos services.

Qu'est-ce qu'un dessin et modèle ?

Le droit des dessins et modèles protège l'apparence de son produit. Cette apparence doit être caractérisé par des éléments visuels comme des lignes, des couleurs, la forme, la texture... Ces caractéristiques peuvent être celles du produit en lui-même ou de sa décoration.

Afin de déposer un dessin ou modèle il y a trois critères à respecter :

- le caractère nouveau et le caractère propre (pas d'impression de déjà-vu)
- la légitimité du déposant (il faut en être l'auteur)
- l'élément protégé doit être visible sur le produit fini.

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.

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

Le secret d'affaires³ 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 connus 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.

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

³ [Article L.151-1 et suivants du Code de commerce](#)

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 savoirs-faires et les informations commerciales non divulguées sont couverts par le secret d'affaires.

Vin De France et les Marques géographiques ?



- **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 ?

Avant d'effectuer un dépôt de marque pour déposer les noms de vos vins sous dénomination Vin De France afin de les protéger, la marque vitivinicole doit répondre à certains critères qu'il faut au préalable vérifier :

- **La distinctivité de la marque** : elle permet d'identifier l'origine commerciale du produit.
- **La disponibilité de la marque** : elle ne doit pas porter atteinte à des droits antérieurs de tiers, ni par imitation ni par évocation.
- **La licéité de la marque** : le signe ne doit pas être interdit, ni contraire à l'ordre public.
- **La non déceptivité de la marque** : elle ne doit pas être de nature à tromper le consommateur sur l'origine, la qualité ou la nature des produits qu'elle désigne.

Si ces critères sont respectés, il est possible d'effectuer un dépôt de marque auprès de l'INPI. Toutes les étapes sont indiquées et se retrouvent sur leur site internet. Par ailleurs, afin de savoir si l'enregistrement de votre marque est possible, il est fortement conseillée de faire une recherche d'antériorité sur [l'INPI](#).

Déposer le nom de son Vin De France permet d'obtenir un monopole d'exploitation ce qui distingue ses produits et les protège de toute concurrence déloyale.

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 l'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 graphiques 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.

Qu'est-ce qui ne peut pas faire l'objet d'une marque ?

Selon le Code de la propriété intellectuelle, il n'est pas valable d'enregistrer :

- Une marque dépourvue de caractère distinctif
Exemple : "Les vins de terroir" qui est trop générique et descriptif
- Une marque composée exclusivement d'éléments ou d'indications pouvant servir à désigner, dans le commerce, une caractéristique du produit ou du service, et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la production du bien ou de la prestation du service ;
- Une marque composée exclusivement d'éléments ou d'indications devenus usuels dans le langage courant ou dans les habitudes loyales et constantes du commerce ;
Exemple : "Vin rouge de France"
- Un signe constitué exclusivement par la forme ou une autre caractéristique du produit imposée par la nature même de ce produit, nécessaire à l'obtention d'un résultat technique ou qui confère à ce produit une valeur substantielle ;
Exemple : "Vin doux naturel"
- Une marque contraire à l'ordre public ou dont l'usage est légalement interdit ;
Exemple : "Kekette", "Levrette"

- Une marque de nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service ;
Exemple : "Cuvée d'or" qui sous-entend une qualité et un prestige
- Une marque exclue de l'enregistrement en vertu de la législation nationale, du droit de l'Union européenne ou d'accords internationaux auxquels la France ou l'Union sont parties, qui prévoient la protection des appellations d'origine et des indications géographiques, des mentions traditionnelles pour les vins et des spécialités traditionnelles garanties ;
Exemple : "Chablis"
- Une marque consistant en la dénomination d'une variété végétale antérieure enregistrée ;
Exemple : "Chardonnay"
- Une marque dont le dépôt a été effectué de mauvaise foi par le demandeur

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.