

LE SALON DE L'ENTREPRISE EN NORMANDIE

ORGANISÉ PAR LES CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

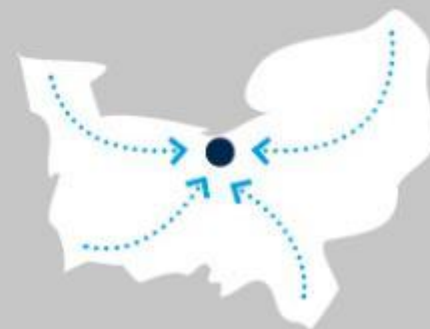
Salon
PLANÈTE CRÉA
10^{ème} ÉDITION



7 et 8
décembre
2016

CAEN
PARC EXPO

www.planetecrea.com



un événement des

 CCI NORMANDIE



Nom d'entreprise,
premier capital créatif à protéger

Etablissement Public placé sous tutelle du ministère de l'Economie, des Finances et de l'Emploi

Effectif : 729 agents

Budget : Autofinancement à 100%

Direction

- Romain Soubeyran, Directeur général
- Jean-Marc Le Parco, Directeur général délégué

IMPLANTATIONS



3 services centraux :

Courbevoie, Compiègne, Lille

22 implantations régionales :

Aquitaine-Limousin-Poitou Charentes

(Bordeaux, Poitiers),

Auvergne –Rhône-Alpes

(Clermont-Fd, Grenoble et Lyon),

Bretagne

(Rennes),

Bourgogne- Franche-Comté

(Besançon, Dijon),

Centre

(Orléans),

Grand-Est

(Châlons, Nancy, Strasbourg),

Hauts-de-France

(Compiègne, Lille),

Ile-de-France

(Courbevoie),

Midi-Pyrénées Languedoc Roussillon

(Montpellier, Toulouse),

Normandie

(Caen, Rouen),

Pays de la Loire

(Nantes),

Provence-Alpes Côte d'Azur

(Marseille, Sophia Antipolis)

**10 représentations
internationales**

MISSIONS

Délivrer les titres de propriété industrielle

Brevets

Marques

Dessins et modèles

Accueillir et accompagner les déposants

Informers

Sensibiliser et former

Adapter le droit de la propriété industrielle et renforcer l'influence de la France

Lutter contre la contrefaçon



Accompagner la croissance économique par l'innovation

LA PROPRIETE INTELLECTUELLE AU QUOTIDIEN



• DANS MA
Culotte •



ROLE DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE

Récompenser l'effort des innovateurs

en leur donnant des droits

pour diffuser leurs créations

et les faire fructifier

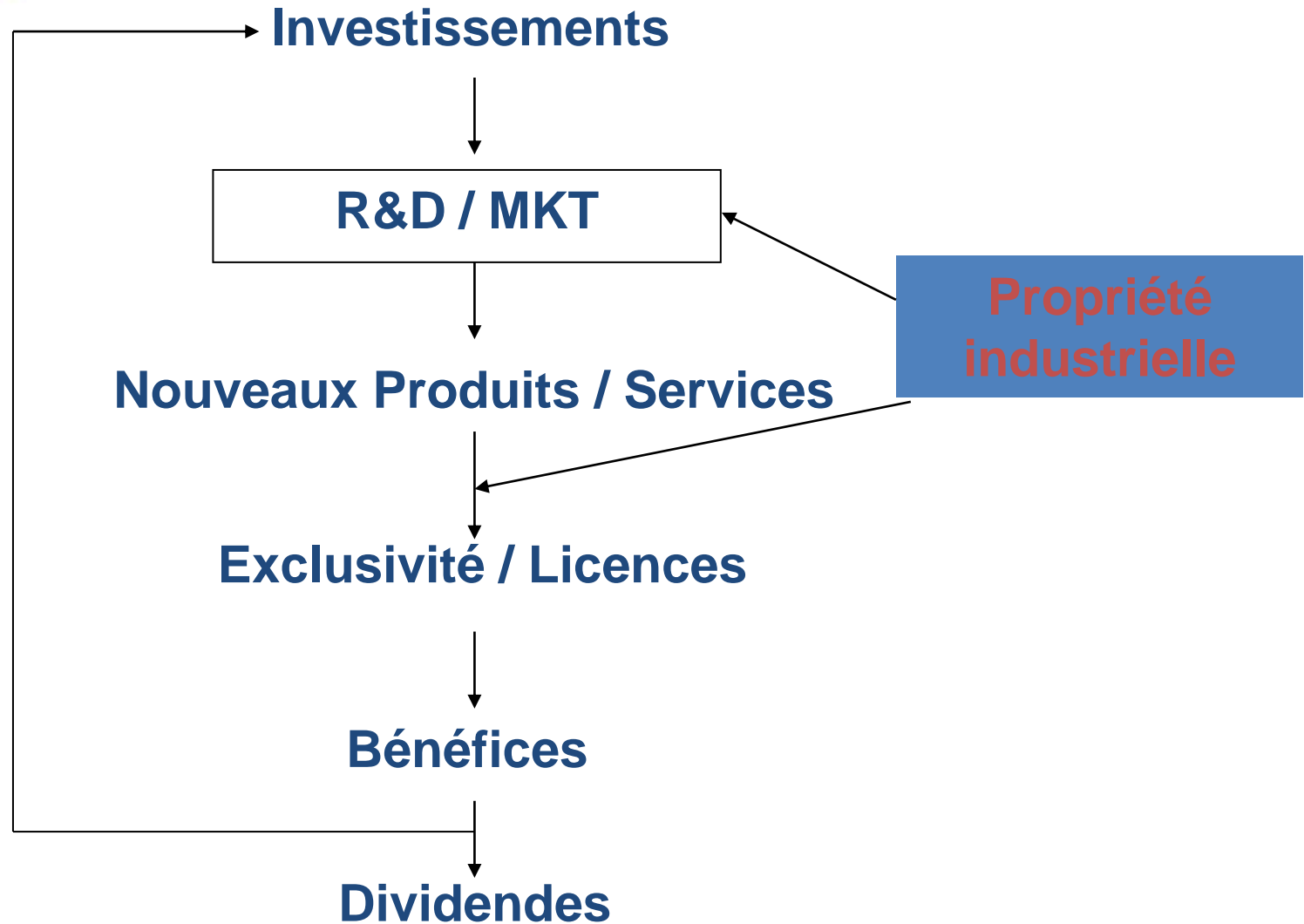
grâce à un monopole d'exploitation

pour une période déterminée,

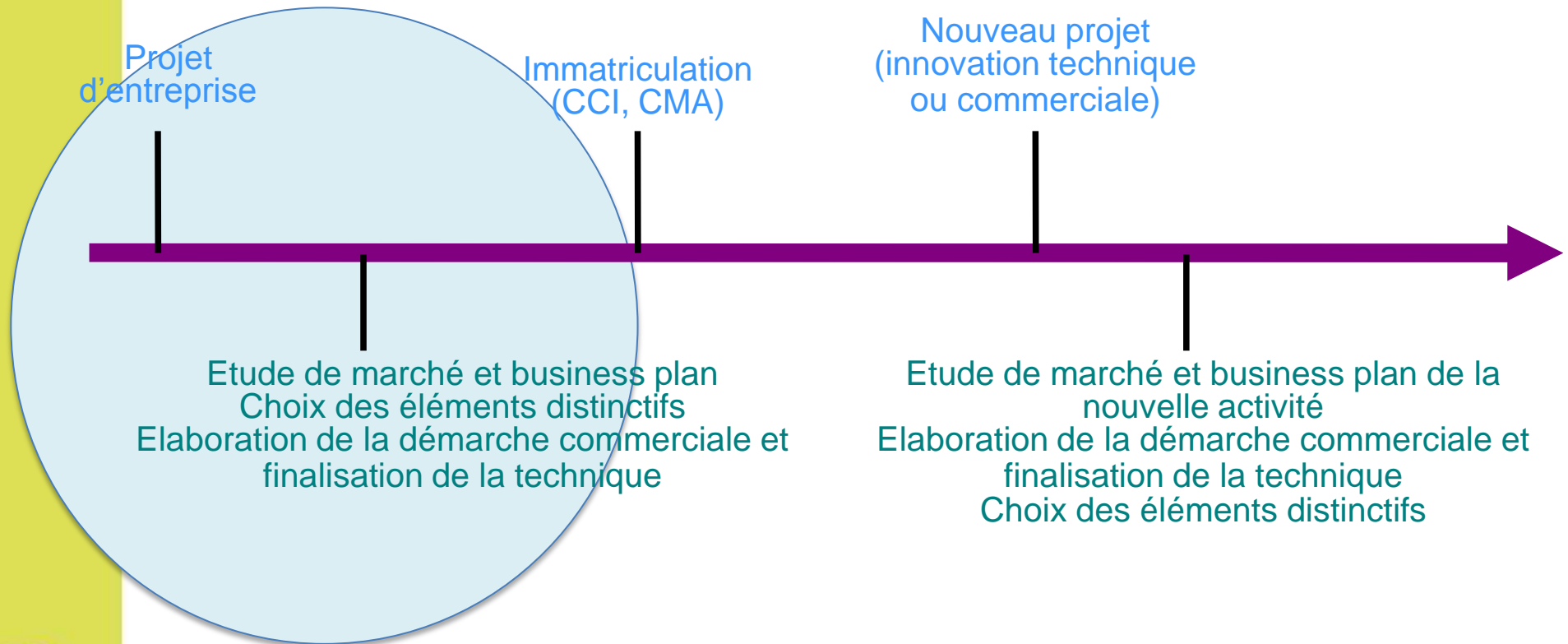
Donner aux innovateurs les moyens

d'agir contre les contrefacteurs.

LA PI DANS LE CYCLE ECONOMIQUE



LA VIE DE L'ENTREPRISE



Je « matérialise » mon idée ...

IDÉE/CONCEPT NON PROTÉGÉABLE	MATÉRIALISATION PROTÉGÉABLE
Campagne publicitaire	Slogan, affiches, créations graphiques, photos...
Formation	Supports de formation (texte, illustrations...)
Jeu	Nom, règle du jeu, éléments esthétiques...
Découverte scientifique / méthode mathématique	Application industrielle
Méthode commerciale	Savoir faire
Recette de cuisine	Composition, savoir faire

LE CHOIX D'UN NOM

Nom patronymique

Peugeot

Nom géographique

Deauville

Dénomination de fantaisie

KitKat

Mot détourné de son sens

Diesel

Slogan

“Just Do It”

LE CHOIX D'UN NOM

Chiffres

501

Lettres

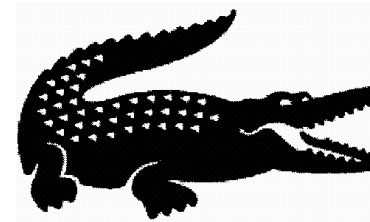
C&A

Combinaison

M6

LE CHOIX D'UN SIGNE

Signe figuratif



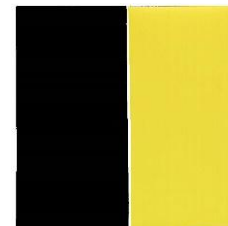
Marque complexe



Signe sonore



Couleur



Forme



A RETENIR

La disponibilité du nom choisi doit être vérifiée par le déposant au regard des :

- Marque antérieure
- Dénomination sociale
- Nom commercial ou enseigne connu sur le plan national
- Appellation d'origine ou indication géographique
- Droit d'auteur
- Dessin et modèle
- Patronyme ou pseudonyme célèbre
- Nom, image et renommée d'une collectivité territoriale
- Nom de domaine
- Nom d'association

Possibilité de vérification via :

- www.inpi.fr (bases Inpi et Infogreffe)
- <http://oami.europa.eu>
- www.wipo.int
- [www.uspto.gov...](http://www.uspto.gov)

QUELLE PROTECTION ADOPTER ?

Volonté d'utiliser le nom pour l'apposer,
l'associer sur des produits ou services

Oui

Dépôt de marque :
monopole d'exploitation
moyennant dépôt
Possibilité d'action en
contrefaçon

Non

Dénomination sociale,
nom commercial et/ou
enseigne peuvent être
suffisants

Attention : effectuer la réservation du/des nom(s) de domaine
et la création des profils sur les réseaux sociaux en parallèle

LES SIGNES DISTINCTIFS DE L'ENTREPRISE

Dénomination sociale

- Identifie l'entreprise en tant que personne morale
- Protection acquise par l'immatriculation
- Portée nationale

Nom commercial (nom connu du public) et enseigne (élément physique apposé sur la façade)

- Peuvent être mentionnés lors de l'immatriculation
- Protection naît du premier usage public
- Portée locale (rayonnement de la clientèle)

> Possibilité d'action en concurrence déloyale (article 1382 CC)

Le nom de domaine

- "Premier déclarant, premier occupant"

LA MARQUE

C'est...

Un droit qui naît du dépôt

L'enregistrement offre un monopole sur un signe,

limité au territoire du dépôt

limité aux produits et services désignés dans le dépôt.

« limité » dans le temps : validité de 10 ans renouvelables, sous réserve du paiement d'une redevance

Droit d'interdire

la reproduction, l'usage, l'apposition

de signes identiques ou similaires pour des produits et services identiques ou similaires à ceux désignés.

Sous réserve de recevabilité

Le signe doit être susceptible de représentation graphique

le signe doit être distinctif : non descriptif des produits et services désignés.

le signe doit être licite : conformité avec l'art. 6ter de la CUP, respect des bonnes mœurs et de l'ordre public, ne doit pas être trompeur.

Le signe doit être disponible : ne doit pas porter atteinte aux droits des tiers.

LA MARQUE

...mais également...

obligation
d'exploitation

du signe tel que
déposé

pour les produits et
services désignés.

à défaut on encours la
déchéance de la
marque.

il est possible
d'étendre sa
protection à l'étranger

tout en bénéficiant de
la date de dépôt
initiale

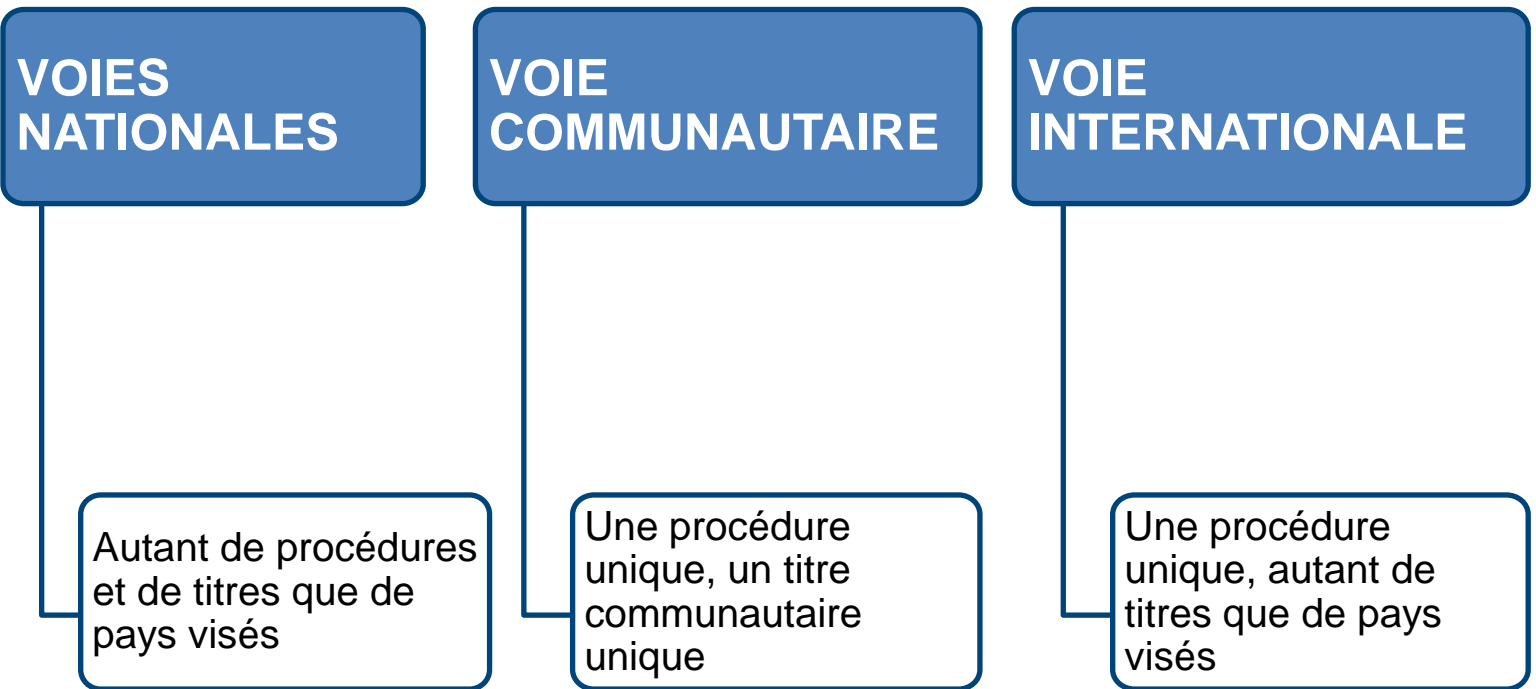
dans un délais de
priorité de 6 mois
après le dépôt.

titre opposable aux
tiers

les licences et/ou
cessions du titre
doivent être inscrites
au Registre national
des marques (RNM)

LA MARQUE

...que l'on peut étendre ...



- Procédures non exclusives

MERCI DE VOTRE ATTENTION

Pour en savoir plus

www.inpi.fr

ou sur le stand IN 05



www.planetecrea.com