



Noms de marques, nom de société, urgent.

Par Visiteur

Bonjour,

Je suis en cours de création de société. Je veux créer une SARL spécialisée dans le négoce et l'import/export de tous produits manufacturés en gros ou en détails et assistance et conseil auprès de toutes entreprise pour le développement d'une activité commerciale.

De plus, je veux créer une enseigne (dans ma SARL), spécialisée dans l'import et la revente d'emballages (sacs papier, plastique, boites cartonnées...).

Pour ma SARL j'aimerais l'appeler : Eden's Bridge. Pour l'enseigne j'aimerais l'appeler : Artémis-Packaging.

Cependant, il existe des similitudes pour ces 2 noms et je voudrais savoir si je peux tout de même les utiliser sans avoir de problème par la suite?

Pour le nom de société "Eden's Bridge", il n'existe pas de nom à l'identique mais voici la liste des noms qui s'en rapprochent le plus dans mes différentes classes d'activités : Eden's, Eden, Eden "RT", Eden Up, Eden Price, eden Group, Eden Com, Eden Export, Eden Import, Eden Distribution, Eden Garden, Eden Star, L'Eden, Eden Belt, Gan Eden, Eden Shop, Terre d'Eden, Eden Bis, Eden Creation, M-Eden, Eden SARL, Eden Home, Eden Prod, Eden Conseil, Eden Communication, Eden Advise, Eden City, Eden Co, Eden Loft, Commerce Bridge, Biznes Bridge, Bridge international, Bridge, Bridge Consulting, Bridge Europe, Bridge Events, Bridge Communication, Bridge Pub, Castel Bridge, China Bridge, Cote Bridge, Golden Bridge, High Bridge, Human Bridge, King Bridge, Le Bridge, Land Bridge, London Bridge, New Bridge, Market Bridge, Queens Bridge, Stone Bridge, Tower Bridge, World Bridge.

Pour la marque Artémis-Packaging, il n'existe pas de nom à l'identique, cependant il existe des similitudes dans l'emballage : Artemis, Artemis Edition Artt, Altea Packaging, Apparat Packaging, Act&Pack, Aries Packaging, Atlantic Packaging.

J'ai aussi un logo pour la société et l'enseigne, je suis en train de tout passer en revue. Pour le moment le nom compte avant tout.

Enfin, si je prends un nom mais qu'il y a un possible risque de confusion, je risque quoi?

Pourriez-vous me donner une réponse dès que possible?

Sincèrement,

Par Visiteur

Cher monsieur,

Pour le nom de société "Eden's Bridge", il n'existe pas de nom à l'identique mais voici la liste des noms qui s'en rapprochent le plus dans mes différentes classes d'activités : Eden's, Eden, Eden "RT", Eden Up, Eden Price, eden Group, Eden Com, Eden Export, Eden Import, Eden Distribution, Eden Garden, Eden Star, L'Eden, Eden Belt, Gan Eden, Eden Shop, Terre d'Eden, Eden Bis, Eden Creation, M-Eden, Eden SARL, Eden Home, Eden Prod, Eden Conseil, Eden Communication, Eden Advise, Eden City, Eden Co, Eden Loft, Commerce Bridge, Biznes Bridge, Bridge international, Bridge, Bridge Consulting, Bridge Europe, Bridge Events, Bridge Communication, Bridge Pub, Castel Bridge, China Bridge, Cote Bridge, Golden Bridge, High Bridge, Human Bridge, King Bridge, Le Bridge, Land Bridge, London Bridge, New Bridge, Market Bridge, Queens Bridge, Stone Bridge, Tower Bridge, World Bridge.

Avez-vous vérifié si ces marques sont exploitées?

Dans le cas contraire, il faut savoir que le dépôt d'une marque n'est théoriquement pas possible lorsqu'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public.

Dès lors au delà du logo, il convient de bien se distinguer des autres concurrents pour éviter ce risque de confusion.

S'il y a une confusion, pour répondre à votre question, le concurrent peut:

- S'opposer à votre demande d'enregistrement.
- Revendiquer la propriété de la marque après enregistrement pendant un délai de trois ans.
- Demander des dommages et intérêts à hauteur du manque à gagner résultant de la confusion.

Article L711-4

Ne peut être adopté comme marque un signe portant atteinte à des droits antérieurs, et notamment :

- a) A une marque antérieure enregistrée ou notoirement connue au sens de l'article 6 bis de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle ;
- b) A une dénomination ou raison sociale, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public ;
- c) A un nom commercial ou à une enseigne connus sur l'ensemble du territoire national, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public ;
- d) A une appellation d'origine protégée ;
- e) Aux droits d'auteur ;
- f) Aux droits résultant d'un dessin ou modèle protégé ;
- g) Au droit de la personnalité d'un tiers, notamment à son nom patronymique, à son pseudonyme ou à son image ;
- h) Au nom, à l'image ou à la renommée d'une collectivité territoriale.

Très cordialement.

Par Visiteur

Merci pour votre réponse rapide.
Mais comment savoir si il y a un risque de confusion? Quels sont les critères? Comment puis-je évaluer ce risque?
Sincèrement,

Par Visiteur

Cher monsieur,

Merci pour votre réponse rapide.
Mais comment savoir si il y a un risque de confusion? Quels sont les critères? Comment puis-je évaluer ce risque?

Le problème précisément tient au fait que c'est profondément subjectif.

Selon la CJCE, le critère du risque de confusion, qui inclut le risque d'association avec la marque antérieure, doit être interprété en ce sens que la simple association entre deux marques par le biais de leur concordance sémantique n'y suffit pas.

Ce risque doit s'apprécier globalement et se fonder sur l'impression d'ensemble produite par ces marques en tenant compte de leurs éléments distinctifs dominants.

La similitude conceptuelle peut créer un risque de confusion lorsque la marque antérieure possède un caractère distinctif particulier, soit intrinsèquement, soit grâce à sa notoriété (CJCE 11 nov. 1997, Sabel BV c/Puma AG Rudolf Dassler Sport, aff. C-251/95, Dalloz Affaires 1998. 208, obs. J.P.-S., PIBD 1998. 653. III. 248, RTD eur. 1998. 605, note Bonet, JCP 1999. II. 10017, note Naumann).

L'existence d'un risque de confusion est exclue lorsque le public ne peut croire que les produits ou services en cause

proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées (CJCE 29 sept. 1998, Canon Kabushiki Kaisha c/Metro, aff. C-39/97, Rec. 5507, Dalloz Affaires 1998. 1782, obs. B. P., JCP éd. E 1999, p. 1049, obs. Gavalda et Parléani, RTD eur. 2000. 100, obs. Bonet, RJDA 1999, no 105, PIBD 1999. III. 8). La similitude des produits ou services s'apprécie en tenant compte de tous les facteurs pertinents qui caractérisent le rapport entre les produits ou les services, en particulier leur nature, leur destination, leur utilisation, leur caractère concurrent ou complémentaire (même arrêt).

En conséquence, il faut éviter de ressembler à l'entreprise existante, au delà de la simple similitude de noms.

J'avoue que pour Eden's bridge, le risque est moindre compte tenu du nombre d'entreprises déjà présentes. Difficile d'invoquer un risque de confusion. Pour Artemis packaging, c'est plus délicat mais pas impossible.

Très cordialement.