

2250

La protection des marques et des noms de domaine des collectivités publiques

Étude rédigée par :

Danielle DA PALMA,

*avocat à la Cour,
Cabinet Seban & Associés*

Sara NOURI-MESHKATI,

*avocat à la Cour,
Cabinet Seban & Associés*

Francesca PAGGI,

*avocat à la Cour,
Cabinet Seban & Associés*

La marque est un signe qui permet de distinguer les produits ou services d'une entité de ceux d'autres entités. Elle est également un titre de propriété industrielle délivré par un office (l'Institut national de la propriété industrielle – INPI – pour la France). En revanche, le nom de domaine permet seulement d'identifier une personne physique ou morale sur Internet. Dans le cadre de la protection de leur patrimoine immatériel, les collectivités territoriales disposent de plusieurs moyens pour protéger leurs marques et noms de domaine notamment associés à leur nom. Elles disposent non seulement des mêmes modes de protection que tout opérateur privé, mais aussi de prérogatives spécifiques à leur qualité de personne morale de droit public et dont le régime légal est toujours en développement.

1. La protection des marques

A. - Le dépôt du nom d'une collectivité territoriale à titre de marque

1 - En vertu de l'article L. 711-1 du Code de la propriété intellectuelle (CPI) il est possible de déposer le nom d'une collectivité territoriale à titre de marque.

Mais, si le nom d'une collectivité peut être déposé en tant que marque par la collectivité concernée, il peut également être déposé par toute autre personne justifiant d'un intérêt légitime, dès lors que l'utilisation du nom ne crée aucun risque de confusion avec les activités de la collectivité (*CA Versailles, 13 sept. 2007, n° 06/03071 : Juris-Data n° 2007-346646*).

La liberté de choix de la dénomination à titre de marque n'est pas absolue : les signes déposés par les collectivités doivent répondre à des exigences de disponibilité, spécialité et distinctivité.

1° La disponibilité de la marque

2 - « *Ne peut être adopté comme marque un signe portant atteinte à des droits antérieurs* » et notamment à une marque antérieure enregistrée ou notoirement connue ; à une dénomination sociale s'il

existe un risque de confusion dans l'esprit du public ; à un nom commercial ou à une enseigne connus sur l'ensemble du territoire national s'il existe un risque de confusion ; à une appellation d'origine protégée ou à une indication géographique ; aux droits d'auteur ; aux droits résultant d'un dessin ou modèle protégé ; au droit de la personnalité d'un tiers (nom patronymique, pseudonyme, image) ; au nom, à l'image ou à la renommée d'une collectivité territoriale (*CPI, art. L. 711-4*).

À l'instar des opérateurs privés, les collectivités territoriales ne sauraient déposer une marque en violation des droits antérieurs appartenant à des tiers.

2° Le principe de spécialité

3 - « *L'enregistrement d'une marque confère à son titulaire un droit de propriété sur cette marque pour les produits et services qu'il a désignés* » (*CPI, art. L. 713-1*).

Un tiers pourra ainsi déposer une marque identique à celle déposée par la collectivité territoriale, pourvu que ce dépôt ne porte pas sur les mêmes produits et services, sauf dans le cas des marques notoires (*voir infra*).