

LE REGENT, un nom que tout le monde ne peut plus utiliser à Bordeaux.

Le café « Le Régent » était situé place Gambetta depuis la fin du 19^{ème} siècle. À la suite d'un incendie en 1991, les exploitants ont résilié le bail et se sont installés, quelques centaines de mètres plus loin, place de la Comédie où ils ont ouvert un établissement sous l'enseigne « Café Le Régent ».

Or, quand le café de la place Gambetta a rouvert en 1994, après les travaux de réfection, il a eu la mauvaise surprise de découvrir que son nom était utilisé à l'autre bout du Cours de l'Intendance. Les propriétaires de la place Gambetta ont alors assigné ceux de la place de la Comédie en concurrence déloyale afin de faire interdire l'usage de leur nom.

La Cour d'Appel de Bordeaux a débouté les usagers historiques du nom « le Régent » car au moment de l'incendie, le fonds de commerce avait disparu avec tous ses éléments : **l'enseigne** et la clientèle.

N'ayant pas déposé la marque « Le Régent », l'utilisateur antérieur du nom n'a rien pu faire pour protéger celui-ci !

CA Bordeaux, 24 février 2010

La marque

Le choix d'une marque est le résultat d'un **effort créatif** et participe à une **stratégie commerciale**. La marque devient un point de repère essentiel pour les clients et les consommateurs, qui associent la marque à une certaine image, à une constance de qualité.

La marque est **l'identité visuelle** de l'entreprise.

C'est pourquoi, il est essentiel dans un premier temps, de **vérifier la disponibilité** de la marque, et dans un deuxième temps, de la protéger en procédant à un **dépôt** pour éviter que des concurrents s'en emparent.

La marque est **un signe** qui permet de différencier des produits ou services et de les relier à une entreprise ou un groupe (ex: Domofrance)

Les signes qui peuvent être déposés comme marque sont :

- Un mot, un nom (ex : MAGNUM)
- Un slogan (ex : l'immobilier pour vous protéger)
- Des chiffres et/ou des lettres (ex : Napoléon 3, 180°...)
- Un dessin, un logo
- Une combinaison de ses différents éléments

L'enseigne : c'est le signe visuel qui est affiché par l'exploitant pour que sa clientèle identifie et localise son établissement.

Le nom commercial : celui sous lequel une entreprise se fait connaître de sa clientèle et qui figure dans la déclaration du registre du commerce.

La dénomination sociale : c'est l'équivalent du nom patronymique pour une société (ex : SARL Les marins, S.A.S Lilas...).

Disponibilité : c'est une des conditions préalables au dépôt d'une marque : il faut que le signe choisi soit disponible, c'est-à-dire qu'il ne soit pas déjà utilisé en tant que marque, enseigne, dénomination sociale ou nom commercial par un tiers, pour des produits ou services identiques ou similaires.

Département Droit de la Propriété Intellectuelle

Jean-François MORLON
Avocat Associé

Lionel RIVIERE
Avocat

Eric de LAGUERENNE
Juriste en droit civil et droit commercial

Elsa VERBRUGGHE
Master II droit de la propriété intellectuelle

Contact :
ev@riviereavocats.com