



## L'usage de la marque d'autrui

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

# L'usage de la marque d'autrui

*Julien Canlorbe*

**L'usage de la marque d'autrui** Julien Canlorbe

3

 [Télécharger L'usage de la marque d'autrui ...pdf](#)

 [Lire en ligne L'usage de la marque d'autrui ...pdf](#)

507 pages

Extrait

1. Loin de l'époque où Ripert y voyait un instrument plutôt confidentiel de l'activité des «petits commerçants», la marque prend aujourd'hui place sur le devant de la scène économique et sociale.

2. Définie à l'article L. 711-1 du Code de la propriété intellectuelle (CPI) comme «un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne morale», la marque est un élément de différenciation précieux. Elle permet, en individualisant la production de celui qui l'exploite, de la distinguer de celle de ses concurrents.

Dans cette perspective, elle sert donc les intérêts de son titulaire, puisqu'elle lui permet de s'assurer l'attachement de sa clientèle. Si celle-ci trouve satisfaction dans les produits ou services qui lui sont offerts sous la marque, elle en renouvellera tout naturellement la demande. Indirectement, la marque assure aussi la protection du consommateur, puisqu'elle lui permet de se repérer au sein d'une offre souvent très diversifiée.

Si cet aspect n'a guère changé depuis que la révolution industrielle en a libéralisé l'utilisation, les mutations économiques intervenues depuis une soixantaine d'années ont en revanche considérablement modifié les enjeux liés à cet instrument.

3. Du point de vue de l'entreprise, elle est loin d'être aujourd'hui un instrument marginal, et occupe une place déterminante dans sa stratégie.

Tandis qu'elle se bornait traditionnellement à indiquer d'une manière assez passive la provenance du produit qu'elle accompagnait, la marque joue aujourd'hui son rôle de manière active, voire agressive. Elle ne se contente plus seulement de distinguer, elle doit attirer. C'est la raison pour laquelle elle capitalise sur elle des investissements de plus en plus conséquents. Ceux-ci ont pour but de la rapprocher toujours un peu plus du consommateur, et de lui associer une image séduisante qui l'invitera à se tourner vers les produits ou les services qu'elle désigne. Utilisée dans cette perspective, la marque est bien plus qu'un simple instrument de différenciation des marchandises. Elle est un vecteur incontournable de la conquête et du maintien des parts de marché. À tel point qu'à l'heure actuelle, la puissance économique de l'entreprise se mesure bien souvent en fonction du caractère plus ou moins attractif de ses marques. Plus celui-ci sera grand, plus les prix pratiqués pourront être élevés. Plus avantageuse aussi sera sa position dans les rapports avec les partenaires économiques.

Lorsqu'elle est particulièrement célèbre, la marque peut même jouer un rôle majeur pour assurer de nouveaux débouchés commerciaux. Sa notoriété rend à la fois plus rapide et moins onéreuse l'expansion de l'entreprise vers de nouveaux secteurs d'activité. Un consommateur déjà familiarisé accordera plus volontiers sa confiance à une marque qu'il connaît déjà. Et les investissements consacrés à la publicité seront évidemment plus modestes. D'un point de vue géographique, la forte notoriété d'une marque démultiplie aussi la force de conquête économique. L'uniformisation des habitudes de consommation sur la surface du globe permet, pour certaines catégories de biens, de fédérer les consommateurs autour d'une marque unique pour faciliter la conquête des parts de marché. Présentation de l'éditeur

L'USAGE DE LA MARQUE D'AUTRUI

Afin de mieux connaître la recherche française dans le domaine de la propriété intellectuelle, l'IRPI a créé un prix destiné à la publication d'une thèse universitaire relevant de cette matière. Ce prix récompense une thèse de doctorat d'un excellent niveau scientifique, mais qui se distingue également par le souci de répondre aux

besoins des opérateurs économiques.

À ce titre, l'IRPI a sélectionné la thèse de Julien Canlorbe, couronnée également par le prix de thèse de l'Université Panthéon-Assas (Paris II), qui a le mérite de déterminer quel est exactement l'usage admissible de la marque d'autrui, en proposant toujours des conclusions pragmatiques.

La marque pouvant être appréhendée à la fois comme un instrument de protection contre la concurrence à l'avantage de son titulaire et comme un instrument destiné à assurer l'équilibre du marché dans son ensemble, cet ouvrage présente le vif intérêt de déterminer le champ de liberté dont bénéficient les entreprises et les consommateurs pour utiliser la marque d'un tiers. Les orientations du droit communautaire prenant désormais le pas sur celles qui avaient traditionnellement cours en droit français, il s'agit alors dans chaque cas d'espèce de rechercher d'une part, si le signe est perçu «en tant que marque», d'autre part, si l'usage est réalisé «dans la vie des affaires».

Aussi M. Canlorbe s'efforce-t-il, dans ce contexte, de dissiper les incertitudes entourant la protection accordée à la marque dans des situations diverses. L'usage de la marque en tant que nom commercial, dénomination sociale ou nom de domaine ; sa reproduction sur un modèle réduit ou dans un but décoratif ; son utilisation sur Internet, à des fins de description et de comparaison, voire sur un mode parodique...

Autant de problématiques pour la résolution desquelles sont proposés une grille de lecture et des principes de solutions. Au gré des développements de cette étude sont évoquées des affaires célèbres : Greenpeace, Arsenal Football Club, Olympix, Hugo Boss, Nutri-Riche, Google...

Download and Read Online L'usage de la marque d'autrui Julien Canlorbe #JH3ISUKLDVT

Lire L'usage de la marque d'autrui par Julien Canlorbe pour ebook en ligneL'usage de la marque d'autrui par Julien Canlorbe Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres L'usage de la marque d'autrui par Julien Canlorbe à lire en ligne.Online L'usage de la marque d'autrui par Julien Canlorbe ebook Téléchargement PDFL'usage de la marque d'autrui par Julien Canlorbe DocL'usage de la marque d'autrui par Julien Canlorbe MobipocketL'usage de la marque d'autrui par Julien Canlorbe EPub

**JH3ISUKLDVTJH3ISUKLDVTJH3ISUKLDVT**