

L'art de l'usage des marques

Savez-vous ce que TRAMPOLINE, ESCALATOR et WALKMAN ont en commun ? Au départ, il s'agissait de marques distinctives, mais au fil du temps, elles se sont diluées et sont entrées dans le domaine public.

Plusieurs raisons expliquent ce phénomène. Il a lieu lorsque les consommateurs commencent à utiliser la marque comme «nom» du produit. Cela peut se produire en raison de la popularité du produit ou de l'utilisation inappropriée des marques par le public ou même par le propriétaire de la marque lui-même. Dans certains cas, il peut être difficile d'empêcher une telle évolution, car les changements linguistiques sont impossibles à enrayer. MASTER, par exemple, était une marque distinctive en Suisse à une époque où l'anglais n'était pas couramment utilisé dans le langage publicitaire. Aujourd'hui, il s'agit d'un terme générique.

Les droits de marque étant territoriaux par nature, les tribunaux peuvent adopter une approche différente pour déterminer si une marque est toujours distinctive ou non. La marque WALKMAN a été déclarée nulle par un tribunal autrichien, alors que dans d'autres pays, elle continue d'être une marque distinctive. Aux États-Unis, un tribunal a déclaré que GOOGLE reste distinctif bien que ce nom soit souvent utilisé comme un verbe, ce qui peut être un indicateur d'une utilisation générique. Dans un autre pays, un tribunal pourrait rendre une décision contraire.

Pour éviter d'affaiblir le pouvoir distinctif d'une marque ou même de risquer de la perdre, voici quelques conseils à suivre pour les propriétaires de marques.

Utiliser correctement la marque. N'utilisez jamais une marque pour décrire le produit. Si un nouveau produit ou service est développé alors qu'il n'existait pas auparavant, inventez un nom pour le produit ou le service lui-même en permettant aux autres d'utiliser librement ce nom. En outre, créez un nom différent qui fera office de marque et ne déformez jamais ce nom. Pour éviter que votre marque ne perde son pouvoir distinctif, vous trouverez ci-dessous les choses à faire et à ne pas faire:

- Ne pas l'utiliser au pluriel

ON NE DIT PAS/ON N'ÉCRIT PAS: Deux ordinateurs ACERS

ON DIT/ON ÉCRIT: Deux ordinateurs ACER

- Ne pas l'utiliser comme un nom commun

ON NE DIT PAS/ON N'ÉCRIT PAS: Donne-moi un RICOLA

ON DIT/ON ÉCRIT: Donne-moi une goutte de RICOLA

- Ne pas l'utiliser à la forme possessive
ON NE DIT PAS/ON N'ÉCRIT PAS: Mon LABELLO
ON DIT/ON ÉCRIT: Mon baume à lèvres LABELLO
- Ne pas l'utiliser comme un verbe
ON NE DIT PAS/ON N'ÉCRIT PAS: Xeroxer le rapport
ON DIT/ON ÉCRIT: Faire une photocopie sur un photocopieur XEROX
- L'utiliser de manière cohérente
ON NE DIT PAS/ON N'ÉCRIT PAS: H ET M
ON DIT/ON ÉCRIT: H&M
- Dans un texte, la distinguer en utilisant des caractères différents, par exemple, en italique, en couleur, en majuscules

Suivez l'usage de votre marque. Élaborez des lignes directrices sur la manière d'utiliser une marque de manière distinctive et veillez à ce qu'elles soient suivies par vos propres employés et partenaires commerciaux. S'il existe un risque de se référer au produit par le nom de la marque, utilisez la marque également pour d'autres produits. Par exemple, ROLLERBLADE est utilisé pour les patins à roues alignées et pour une ligne d'équipement de patinage (casques, coussinets, etc.). Ainsi, il apparaît clairement que ROLLERBLADE est utilisé pour distinguer les produits et non pas comme un synonyme du produit.

Contrôlez l'utilisation de votre marque. Surveillez si des tiers utilisent votre marque de manière abusive, mettant ainsi en danger la force distinctive de votre marque. En particulier, les dictionnaires en ligne peuvent être une source d'abus qui doit être corrigée. Le cas échéant, avertissez leurs éditeurs de toute utilisation abusive.

Pense-bête

- ❑ Utilisez votre marque pour ne pas la perdre
- ❑ Lorsque vous utilisez une marque, utilisez-la correctement pour éviter qu'elle perde sa distinctivité
- ❑ Suivez et contrôlez son utilisation pour éviter les éventuels abus

Célia Ullmann, Juriste chez Sedin SA
Septembre 2018