

Recherche marque ou antériorité™

Par principe, un nom patronymique peut être enregistré en tant que marque. Ainsi, en dehors d'un homonyme de bonne foi, le titulaire de ladite marque aura, outre l'éventuelle atteinte à son nom, la possibilité d'invoquer le droit des marques pour une protection optimale. Encore faut-il que l'enregistrement soit effectif...



Frédéric Gicquel

Stéphane PLAZA, fort du succès des émissions qu'il anime, s'est imaginé développer un réseau d'agences immobilières à son nom.

Aussi décide-t-il, de déposer en 2012 les signes « PLAZA IMMOBILIER » et « STEPHANE PLAZA IMMOBILIER » auprès de l'INPI.

Bien lui en a pris puisqu'en 2013, un tiers dépose également la marque « PLAZA IMMOBILIER » en tant que marque française.

Monsieur PLAZA fait donc logiquement opposition à cette demande d'enregistrement auprès de l'INPI. Sauf que...

L'INPI rejette cette opposition en février dernier, non pas sur le fond, mais sur la forme ; une fin de non-recevoir s'impose puisque les marques de 2012 n'ont jamais été enregistrées. En cause : l'absence de signature des demandes d'enregistrement.

Dès lors, l'animateur décide de mettre en place une procédure judiciaire basée sur l'atteinte à son patronyme, sollicitant par ailleurs 70.000€ de dommages-intérêts à l'encontre de l'un de ses confrères, désormais retiré du métier.

Certes, en septembre 2012, Monsieur PLAZA a obtenu la condamnation d'un autre confrère, lequel avait déposé la marque « STEPHANE PLAZA ». En outre, ce même confrère exploitait également le site www.stephaneplaza.fr.

Néanmoins, la situation est ici tout autre puisque la recherche d'une identification à l'animateur n'est pas évidente.

Pour mémoire, une marque permet la protection d'un patronyme, i.e. *in fine* son exploitation commerciale.

Cependant, puisqu'un tel dépôt n'a pas été (régulièrement) effectué, le droit des marques ne s'applique pas. Il faudra ainsi convaincre la juridiction saisie de l'existence d'une confusion entre le patronyme cathodique et la marque contestée.

Et la tâche s'annonce ardue.

Outre qu'il faudra justifier de la rareté ou de la célébrité du patronyme prétendument « usurpé », constatons pêle-mêle que ledit patronyme n'est pas des plus rares, qu'il possède plusieurs significations, fait référence à des localités et autres immeubles (*Plaza Athénée*), encore que les marques comportant le terme « Plaza » en classe 36 (celle de l'immobilier) sont légion.

Morale : il est parfaitement possible de déposer seul ses marques. Cependant, l'accompagnement par un professionnel aurait certainement permis à M. PLAZA une issue plus rapide et plus favorable à ses projets.

En outre, s'agissant de l'utilisation commerciale des patronymes, leur protection supplémentaire par le droit des marques peut être extrêmement utile...

Affaire à suivre. ■