

Adhésion de l'INPI à la base de données TM Class

L'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) vient d'adhérer à la base de données harmonisée des produits et services **TM Class**, accessible à l'adresse électronique <http://tmclass.tmdn.org/ec2/?lang=fr>.

Cet outil en ligne est désormais utilisé par l'ensemble des Offices des marques de l'Union européenne et vise à faciliter l'établissement de la liste des produits et/ou services que tout déposant doit soumettre lors du dépôt de sa marque.

Avec plus de 60.000 entrées « pré-approuvées » et disponibles en 23 langues, **TM Class** constitue la plus grande base de données relative à la désignation de produits et services aux fins d'enregistrement de marque.

TM Class a pour but d'établir une pratique de classification commune à tous les Offices participants et de présenter aux déposants une liste standard de produits et services pour harmoniser les modalités d'acceptation et de refus des libellés de marque.

En effet, tout déposant a l'obligation, d'une part, de s'assurer de la bonne classification des produits et/ou services qu'il entend désigner au sein de son dépôt et, d'autre part, d'adopter une description conforme aux prescriptions de l'Office concerné, sous peine de voir sa demande d'enregistrement taxée d'irrégularité pour défaut d'identification ou nécessité de reclassification.

Jusqu'alors, en l'absence de classification commune ou de directives accessibles au public, la pratique de certains Offices pouvait paraître parfois inconstante, voire contradictoire, tout particulièrement lorsqu'une objection portait sur la désignation d'un produit ou service, alors que ce libellé venait d'être reformulé et/ou accepté par le même Office.

Ce manque de prévisibilité s'avérait d'autant plus problématique et coûteux lorsque le déposant entendait protéger sa marque dans plusieurs États membres de l'Union européenne.

Aujourd'hui, grâce à cette approche commune de la base de données **TM Class**, on peut légitimement penser que le risque pour les déposants de se voir opposer des objections contradictoires ou différenciées de la part des Offices participants devrait sensiblement diminuer.

La standardisation des libellés de marque ne doit cependant pas occulter l'impérieuse nécessité qu'il y a d'élaborer des libellés de marque « sur-mesure ».

En effet, la rédaction du libellé est une étape essentielle dans la préparation de l'acte de dépôt, dans la mesure où la protection de la future marque découlera précisément de l'énumération des produits et/ou services revendiqués. La formulation de cette liste doit être mûrement réfléchie, puisqu'elle ne peut être complétée après le dépôt, sauf à effectuer un nouveau dépôt.

Il importe, à ce sujet, de souligner que si le produit ou service que l'on entend désigner ne figure pas dans la base de données **TM Class**, cela ne signifie pas pour autant que son adoption sera forcément rejetée par l'Office concerné. En effet, cela reviendrait à pénaliser les déposants qui innovent, en créant de nouveaux produits et/ou services qui n'existent pas encore et qui ne peuvent donc être inclus dans des libellés « pré-approuvés ».

S'il est recommandé d'user, autant que possible, de termes « pré-approuvés » extraits de la base de données **TM Class** afin d'éviter des objections inutiles, il importe de garder à l'esprit que le libellé d'une marque n'est qu'une traduction juridique d'une activité économique présente, et susceptible d'évolution.

Sources – 2 février 2015

OHMI : <http://tmclass.tmdn.org/ec2/news>

INPI : <http://www.inpi.fr/fr/l-inpi/actualites/actualites/article/linpi-rejoint-tm-class5986.html?cHash=afea56fcd6439b08e47ccef5cf4b364a>