

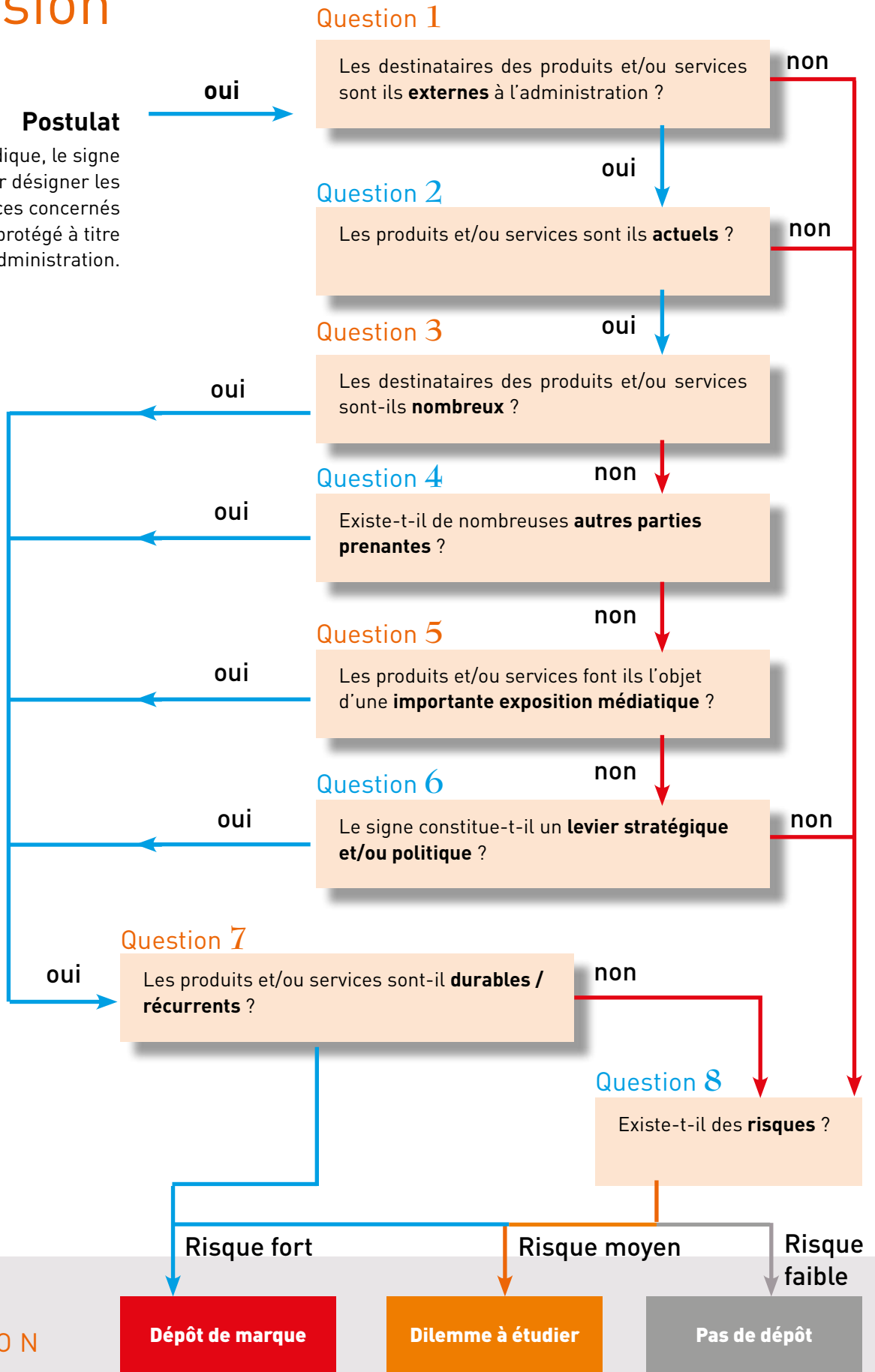
Arbre de décision

Le présent arbre de décision a pour objectif de permettre à une administration souhaitant utiliser un signe distinctif d'arbitrer quant à la pertinence d'un dépôt du signe à titre de marque française. Il est donc indispensable que l'administration concernée s'assure préalablement que ce signe est juridiquement susceptible d'être protégé (voir à ce sujet la publication de l'APIE intitulée « Marques publiques : comment les protéger ? »).

Arbre de décision

Postulat

D'un point de vue juridique, le signe distinctif envisagé pour désigner les produits et/ou services concernés est susceptible d'être protégé à titre de marque par l'administration.



COMMENTAIRES

Question 1 Le signe a-t-il vocation à désigner des produits et/ou services s'adressant à des tiers par rapport à l'administration envisageant son utilisation ? Dans ce cadre, le terme « externe » a vocation à appréhender non seulement le grand public au sens large, mais également d'autres administrations ou établissements publics.

Question 2 Les produits et/ou services désignés par le signe existent-ils déjà ou sont-ils susceptibles d'être proposés à brève échéance, ou est-ce que leur création/pérennisation ne constitue qu'un projet potentiel (*i.e.* envisageable dans le futur, manque de visibilité) ?

Question 3 Les destinataires (usagers/utilisateurs/clients, etc.) des produits et/ou services désignés par le signe distinctif constituent-ils un public large ou une catégorie très spécifique de personnes clairement identifiable ?

Question 4 Hormis les destinataires directs des produits et/ou services désignés par le signe distinctif, existe-t-il d'autres parties prenantes, par exemple fournisseurs, employés, journalistes, etc., susceptibles de s'appropriier ou d'être en contact avec le signe distinctif ? Le cas échéant, cela représente-t-il un nombre important de personnes ?

Question 5 Les produits et/ou services sont-ils susceptibles de faire l'objet d'une importante exposition médiatique (télévision, presse, radios, conférences, etc.) et/ou d'importants investissements en terme de communication (investissements financiers et/ou autres ressources mobilisées) ?

Question 6 Le signe distinctif constitue-t-il un levier stratégique et/ou politique pour accroître la visibilité et/ou l'attractivité et/ou l'efficacité d'une action ou d'un projet public ?

Question 7 Le signe distinctif a-t-il vocation à être utilisé de manière durable et/ou récurrente (par opposition à un événement/opération unique et ponctuel) ?

Question 8 Existe-t-il un risque important lié à l'utilisation du signe distinctif ? Il pourrait s'agir d'un risque en termes d'image (par exemple en raison d'un détournement) lorsque le produit et/ou le service est potentiellement sujet à polémique ou que des tiers sont susceptibles d'en faire une exploitation non souhaitée et/ou de s'appropriier indûment le signe pour en tirer un bénéfice.

Dans le cas où le raisonnement aboutit à la solution « dilemme à étudier », il conviendra de procéder à une analyse plus approfondie et/ou de recourir à un conseil spécialisé. En toute hypothèse, la question de la pertinence de modes de protection alternatifs et/ou cumulatifs (par exemple par la réservation de noms de domaine) devra être envisagée.