Image not found or type unknown

NOM COMMERCIAL, RAISON SOCIALE, DENOMINATION ET ENSEIGNE : QUELLES VALEURS ?

publié le **27/11/2013**, vu **12114 fois**, Auteur : Maître HADDAD Sabine

Une même entreprise peut avoir plusieurs noms qui permettent de l'identifier. Ainsi, un nom commercial, une dénomination sociale, une enseigne. C'est pour cette raison que la définition de ces notions s'impose

I- Définition du Nom commercial de l'entreprise

A L' élément d'identification du fonds de commerce ou de l'activité

1°- Nom commercial ; l'identification du fonds de commerce

Il apparaît dans les documents commerciaux, factures, papiers entête, en sus des mentions obligatoires : dénomination sociale, siège social, numéro Siren, etc

Il est le nom sous lequel l'activité de la société sera connue du public. (ex nom de famille, pseudonyme

Il peut même servir d'enseigne même s'il reste distinct. Il est l'appellation sous laquelle le commerçant exerce le commerce.

Ce peut être un nom de famille, un pseudonyme ou un nom de fantaisie, étant précisé que ce nom se trouve protégé par l'action en concurrence déloyale contre les confusions que pourraient créer des concurrents

Il pourra être le patronyme d'une personne physique, s'il s'agit d'une entreprise individuelle, la dénomination ou raison sociale

2°-La dénomination ou la raison sociale : pour identifier l'entreprise personne morale

C'est l'équivalent du nom de famille pour une personne physique

Dans une société la dénomination est librement choisie et visée dans les statuts.

Elle identifie l'entreprise comme personne morale.

L'article **L 223-1 du code de commerce** dispose:

"*La société est désignée par une dénomination sociale, à laquelle peut être incorporé le nom d'un ou plusieurs associés, et qui doit être précédée ou suivie immédiatement des mots "société à responsabilité limitée" ou des initiales "SARL" et de l'énonciation du capital social".*

L'article **L 224-1 du code de commerce** dispose que :

"*la société par actions est désignée par une dénomination sociale, qui doit être précédée ou suivie de la mention de la forme de la société et du montant du capital social. Le nom d'un ou plusieurs associés peut être inclus dans la dénomination sociale. Toutefois, dans la société en commandite par actions, le nom des associés commanditaires ne peut y figurer".*

B) L'Enseigne commerciale : élément d'identification du local exploité (la boutique)

L'enseigne en est le signe visible qui permet d'identifier et de localiser géographiquement un établissement et est apposé sur la façade de l'établissement.

Elle peut être constituée par le nom de l'entreprise, le nom patronymique de l'exploitant, le nom de la rue où est situé le local, ou tout autre terme. Elle peut aussi être constituée d'un emblème tel qu'un logo, un objet, un signe un symbole.

Elle désigne à la fois l'appellation du point de vente et le support physique permettant son identification par les clients, souvent apposé sur la façade du local.

La protection de l'enseigne naît du premier usage public, c'est-à-dire de son utilisation (papiers d'affaires, prospectus, publicités, factures) et se conserve par l'utilisation. Elle peut être mentionnée au RCS.

II La protection du nom

A) Quel point de départ de la propriété pour une protection ?

1°- La protection du nom commercial et de l'enseigne

Elle naît du premier usage public. C'est-à-dire de leur utilisation (papiers d'affaires, prospectus, publicités, factures), et se conserve par l'utilisation. Le nom commercial ou l'enseigne peuvent être mentionnés au Registre national du commerce et des sociétés. La protection de la dénomination sociale a une portée nationale,

La protection du nom commercial ou d'une enseigne a une portée territoriale restreinte au rayonnement de la clientèle (ville, département, région, pays).

2°- La propriété sur la dénomination sociale

s'acquiert au moment de l'immatriculation de la société au Registre national du commerce et des sociétés.

3°- La protection du nom d'une association

s'acquiert par **l'usage,** pour l'activité déclarée en préfecture

B) Les moyens juridiques de la protection

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

1°- La vérification non obligatoire mais prudente de disponibilité du nom auprès de l'INPI avant l'immatriculation et la base de données infogreffe

Cette vérification permet de voir si le choix du nom n'imite pas un nom qui bénéficie d'un droit antérieur pour des activités identiques ou similaires .

Ainsi aussi en cas de marque déjà déposée ou « notoire parce que très connue mais non déposée,le risque de confusion pourra s'envisager.

L'INPI permet de vérifier toute protection sur le nom y compris de domaine, modèle, dessin

Un base de données d'Infogreffe, centralise les immatriculations auprès des greffes des tribunaux de commerce et donne accès aux dénominations sociales, aux noms commerciaux et aux enseignes inscrits au RCS.

2°- Le dépôt de la marque

Elle est souhaitable pour vendre ses produits ou proposer ses services indiquant le nom de son entreprise, de le protéger par dépôt d'une marque

L'article **L 711-4- du Code de la propriété intellectuelle** dispose que **:**

« Ne peut être adopté comme marque un signe portant atteinte à des droits antérieurs, et notamment à un nom commercial ou à une enseigne connus sur l'ensemble du territoire national, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public. »

3°- Le dépôt d'un nom de domaine pour toute protection du nom pour un site Internet

C) L 'action en concurrence déloyale et/ou pratique commerciale trompeuse

L'action en concurrence déloyale ou en contrefaçon en cas de dépôt de marque suppose la preuve d activités identiques ou similaires qui créent un risque de confusion dans l'esprit du public.

L'enseigne n'est protégée que par l' action en concurrence déloyale ou en parasitisme, si elle est notoire, avec un rayonnement possible qui peut s'exercer sur tout le territoire .

Cette concurrence déloyale peut être sanctionnée sur le fondement de la responsabilité civile visée dans les articles **1382 , 1383 du code civil** et en vertu de **l'article L 121-1 du code de la consommation** qui vise la pratique commerciale trompeuse commise 1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial, ou un autre signe distinctif d'un concurrent ;

Rappel **L'article L 217-1** du même code dispose :

" Quiconque aura, soit apposé, soit fait apparaître par addition, retranchement, ou par une altération quelconque, sur les objets fabriqués, le nom d'un fabricant autre que celui qui en est l'auteur, ou la raison commerciale d'une fabrique autre que celle où lesdits objets auront été fabriqués, ou enfin le nom d'un lieu autre que celui de la fabrication, sera puni des peines prévues à l'article 216.9 sans préjudice des dommages-intérêts, s'il y a lieu."

Demeurant à votre entière disposition pour toutes précisions en cliquant sur http://www.conseil-juridique.net/sabine-haddad/avocat-1372.htm

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

Sabine HADDAD

Avocate au barreau de Paris

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés