Image not found or type unknown

Surveillez votre marque et déduisez vos frais de votre résultat fiscal !

Conseils pratiques publié le **02/04/2010**, vu **2202 fois**, Auteur : JurisLeg

Après l'acquisition ou le dépôt d'une marque, les entreprises doivent rester vigilantes, notamment pour éviter le dépôt d'une marque identique ou similaire par des entreprises concurrentes.

Les entreprises ne disposent que d'un délai de deux mois pour s'opposer à l'enregistrement d'une marque identique ou similaire. Au-delà de ce délai, pour protéger leur marque, les entreprises doivent engager une action en contrefaçon, procédure beaucoup plus lourde.

En conséquence, afin d'être alertées dans les meilleurs délais du dépôt d'une marque susceptible de leur porter atteinte, les entreprises ont généralement recours à l'Institut National de la Propriété Industrielle (Inpi) ou à une société privée afin qu'ils assurent pour leur compte la surveillance de leur marque. Le cas échéant, le prestataire peut également se charger de la mise en œuvre des procédures d'opposition à l'encontre des déposants de marques identiques ou similaires. À titre indicatif, le tarif de l'Inpi pour une procédure d'opposition est de 310 €.

D'autres frais sont occasionnés par le dépôt d'une marque. Il en est ainsi, outre les frais de dépôt eux-mêmes, des frais de recherche d'antériorité (qui consiste à vérifier la disponibilité de la marque) et des frais de renouvellement de celle-ci. Tous ces frais sont admis en déduction du résultat par l'administration fiscale. En revanche, le prix d'acquisition d'une marque constitue un élément de l'actif immobilisé de l'entreprise, non déductible donc.

Source : Conseil d'État, 30 décembre 2009, n°305449

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés