



Les marques en agriculture

Conseils pratiques publié le **22/07/2019**, vu **1682 fois**, Auteur : [Alexandre DUCROCQ - Avocat](#)

L'association des mots « marque » et « agriculture » ne manque pas d'interroger, pourtant la marque est un outil intéressant de développement d'une exploitation agricole et de pérennisation de l'activité et des revenus.

L'association des mots « marque » et « agriculture » ne manque pas d'interroger le lecteur attentif. Si l'idée de la marque semble une évidence dans le monde viticole tant la renommée est importante en ce milieu, elle fait figure d'exception dans le monde agricole traditionnel.

Pourtant, compte tenu de la diversification actuelle des activités et des revenus, force est de constater que la marque peut être un vecteur de développement d'une exploitation agricole.

En effet, de plus en plus d'agriculteurs se tournent vers la vente directe et la différenciation des produits afin d'augmenter leur plus-value.

A cet égard la marque est un outil efficace pour protéger les efforts de distinction.

La marque, signe distinctif servant à différencier les produits et services, offre à son détenteur un droit de propriété qu'il pourra défendre contre les tentatives d'appropriation et de parasitisme des concurrents.

Pour être valable, la marque doit être déposée auprès de l'Institut National de la Propriété Intellectuelle (INPI).

Le coût de ce dépôt varie en fonction de la zone de protection (France, Europe...) et des catégories de protections énumérées par l'INPI (vente en ligne, boissons non alcoolisées...).

A titre purement indicatif, pour un agriculteur souhaitant promouvoir une marque de vente en direct de ses produits, le coût est estimé entre 210 et 500 euros.

Une fois déposée, la marque est valable 10 ans renouvelables et offre un droit de propriété qui permet non seulement à l'agriculteur de différencier ses produits par un visuel et/ou un nom marquant, mais surtout, elle lui permet de protéger ses efforts.

En effet, sans marque, il est plus difficile d'empêcher un concurrent de vendre le même produit

sous un nom ou un signe similaire ou ressemblant (une action judiciaire est néanmoins possible). Le dépôt d'une marque permet une meilleure protection de ces pratiques et l'ouverture de nouvelles actions (avec notamment la célèbre action en contrefaçon).

Entre autres, la marque peut également être utilisée pour transmettre une exploitation tout en bénéficiant de la renommée du cédant : la marque habitue la clientèle et permet un passage progressif de l'activité au cessionnaire.

La marque apparaît donc comme un nouvel outil au service de l'agriculture, qu'il convient de s'appropriier et d'utiliser.

Alexandre DUCROCQ

Avocat

SCP NONNON & FAIVRE

www.nonnonfaivre-avocats.fr

Cet article juridique, actualisé au jour de son écriture, possède un but purement informatif et ne saurait remplacer l'analyse de votre dossier par un avocat spécialisé. Le rédacteur s'exonère de toute responsabilité en cas de mauvaise interprétation ou utilisation des informations contenues dans le présent article.