

## Correction chapitre 4

### ✓ Partie 1 : Compréhension de la notion de marque

#### ◆ Proposition de nom de marque :

"ÉcoStudy"

#### ◆ Justification (3 qualités commerciales d'une marque) :

1. **Mémorisable** : nom court, simple et facile à retenir pour les étudiants.
2. **Évocateur** : associe l'idée d'écologie ("Éco") et d'univers étudiant ("Study").
3. **Distinctif** : se démarque des marques classiques de papeterie, tout en soulignant une identité responsable.

#### ◆ Exemples d'éléments d'identité visuelle :

- **Signe verbal** : le nom "ÉcoStudy"
  - **Signe figuratif** : un logo en forme de **feuille stylisée** intégrée dans une icône de crayon ou de carnet.
  - **Couleur** : **vert menthe** ou **bleu pastel**, qui évoquent à la fois la nature et la jeunesse.
- 

### ✓ Partie 2 : Qualités juridiques d'une marque

📌 **Critères** : une marque doit être **distinctive, licite, disponible, et non trompeuse.**

Proposition	Conforme ?	Justification
Bambou	✗ Non	Terme <b>générique</b> désignant un matériau → pas suffisamment distinctif.
Champ'Pur	✓ Oui	Nom <b>original et évocateur</b> pour une boisson → respecte les critères juridiques.
Re-Kit	✓ Oui	Marque <b>distinctive</b> , innovante, qui suggère un concept sans être descriptive.
StudentSoft	✗ Non	Risque d'être <b>trop descriptif</b> (pour un logiciel étudiant) et peu distinctif.

---

### ✓ Partie 3 : Le dépôt de la marque

#### ◆ Les 3 grandes étapes pour déposer une marque à l'INPI :

1. **Recherche d'antériorité** : vérifier que la marque n'est pas déjà enregistrée.
2. **Choix des classes** : définir les classes de produits/services selon la classification de Nice.

3. **Dépôt en ligne sur le site de l'INPI** : remplir le formulaire, payer les frais, et attendre l'examen.

♦ **Coût minimum du dépôt :**

- **190 € pour une marque dans 1 classe, + 40 € par classe supplémentaire.**  
➡ **Coût pour 2 classes : 230 €.**

♦ **Importance de la recherche d'antériorité :**

1. **Éviter les litiges juridiques** : pour ne pas utiliser une marque déjà enregistrée.
2. **Sécuriser l'identité de marque** : garantir l'exclusivité et la possibilité d'exploitation commerciale sans contestation.