

Choisir le nom d'une entreprise : les règles à respecter



© 2017 Les Echos Publishing

Distinction entre nom de l'entrepreneur, dénomination sociale et nom commercial

Une entreprise peut être connue de l'administration et du public par différentes « appellations » : nom de l'entrepreneur ou dénomination sociale, nom commercial, enseigne, sigle.

Une entreprise peut être connue de l'administration et du public par différentes « appellations ».

Lorsqu'elle est constituée en entreprise individuelle, c'est le patronyme du commerçant (plus exactement son nom et son prénom) qui lui donne son nom « administratif », puisqu'on ne distingue pas juridiquement l'entreprise de l'entrepreneur.

Quant à la société, elle est désignée par sa « dénomination sociale », qui doit être précédée ou suivie de l'indication de sa forme (SARL, SAS, SNC...).

Mais, auprès du grand public, une entreprise, qu'elle soit sous forme individuelle ou de société, peut choisir de communiquer sous un nom commercial, différent du nom de l'exploitant ou de sa dénomination sociale. En règle générale, c'est également le nom commercial qui est utilisé comme enseigne pour désigner le fonds de commerce que l'entreprise exploite. L'enseigne étant, quant à elle, le signe visible qui permet d'identifier et de localiser géographiquement un établissement.

Exemple d'utilisation d'un nom commercial : une boulangerie dénommée Le Monde des pains peut être exploitée par une personne physique, par exemple M. Martin, ou par une société, la SARL Lynx.

Forme du nom

Le choix du nom d'une entreprise est, en principe, libre.

Le choix d'un nom (nom commercial pour une entreprise individuelle, dénomination sociale ou nom commercial pour une société) est libre, sous réserve des précisions que nous allons voir ci-après.

Remarque : une première limite au libre choix du nom est posée par l'ordre public et les bonnes mœurs. Le nom doit ainsi être licite.

Le nom d'une entreprise prend en général l'une des trois formes suivantes. Il peut faire référence à l'activité de l'entreprise (par exemple Pressing Saint-Nicolas), comporter le nom de l'entrepreneur individuel ou des associés (Oscar Jyr Traiteur, Deshoulière Frères SARL), ou encore être constitué d'un nom de pure fantaisie (SARL Le Loup blanc).

À noter : les associés de société civile professionnelle et de société d'exercice libéral peuvent, depuis 2011 seulement,

choisir une dénomination sociale de pure fantaisie précédée ou suivie de l'indication de la forme sociale et la profession exercée (par exemple : SCP vétérinaire le Loup blanc).

Une entreprise peut également être désignée par un sigle, celui-ci bénéficiant de la même protection que le nom.

Respect des droits d'autrui

Le choix du nom d'une entreprise est libre, sous réserve de respecter les droits des tiers.

Le choix du nom d'une entreprise ne doit pas porter atteinte aux droits que des tiers peuvent détenir sur cette « appellation ».

Droits qui résultent d'une marque, d'une création littéraire, d'une dénomination sociale ou d'un nom commercial déjà existant. On reconnaît en effet dans ce domaine une priorité d'usage : l'entreprise qui a adopté en premier un nom commercial ou une dénomination sociale peut ainsi engager des poursuites contre celui qui utilise ce nom ou cette dénomination sur le fondement de la concurrence déloyale. Elle n'obtiendra toutefois gain de cause, à savoir l'interdiction d'utiliser le nom choisi par le tiers, que si celui-ci crée un risque de confusion avec le sien.

Précision : un tel risque existe si le tiers emploie une appellation identique ou quasi identique à la dénomination de l'entreprise et s'il exerce son activité sous ce nom dans la zone géographique où l'entreprise est connue du public. Par ailleurs, les juges apprécient le risque de confusion entre une dénomination sociale et une marque postérieure déposée par un tiers en fonction du degré de similitude entre les produits ou les services commercialisés par la société et ceux désignés par la marque.

Choisir un nom identique à une marque notoire

Choisir un nom identique à une marque notoire ou renommée peut être dangereux, même en l'absence de risque de confusion avec l'entreprise qui est titulaire de cette marque (par exemple, parce qu'elle ne propose pas les mêmes produits ou les mêmes prestations). En effet, cette dernière peut agir en justice contre le tiers pour faire interdire l'utilisation de cette dénomination sociale si elle estime que celui-ci fait un usage parasitaire de son nom (en profitant « indûment » de la renommée de sa marque pour exploiter ses propres produits).

Cas particulier du nom de famille

Le nom d'une entreprise peut comporter le nom patronymique d'un tiers lorsque aucun risque de confusion avec une autre entreprise n'est possible (ce qui est le cas lorsque le nom est répandu ou banal).

Par ailleurs, une société peut porter comme dénomination sociale le nom de famille d'un associé, même si ce nom est porté par un concurrent ou par une autre société, mais à condition que l'associé n'ait pas apporté ce nom à cette autre société et qu'aucun risque de confusion entre les sociétés ne soit possible.

Précision : lorsqu'un associé se retire d'une société à laquelle il a donné son nom, il ne peut pas, sauf convention contraire, demander une modification de la dénomination sociale de celle-ci. Car ce nom patronymique est devenu un signe distinctif qui s'est détaché de la personne physique qui le porte pour s'appliquer à la société.

Les précautions à prendre

Une première précaution consiste donc pour le créateur d'entreprise à vérifier si le nom qu'il envisage est disponible en effectuant une recherche sur la base de données d'Infogreffe (www.infogreffe.fr) qui donne accès, gratuitement, aux noms, noms commerciaux, dénominations sociales et enseignes répertoriés au registre du commerce et des sociétés.

Cette recherche doit être complétée par une consultation de la base de données des marques tenue par l'Institut national de la propriété industrielle (Inpi), bases-marques.inpi.fr.

Et si le créateur souhaite créer un site Internet, il doit interroger l'Association française pour le nommage Internet en coopération (Afnic) sur la disponibilité du nom de domaine en « .fr », « .eu »... qu'il souhaite utiliser.

À noter : des recherches plus approfondies (et payantes) auprès de l'Inpi permettent de vérifier s'il existe des marques similaires au nom envisagé (les précédentes démarches visant uniquement les appellations strictement identiques). La simple similarité entre deux appellations pouvant également justifier l'engagement d'une action en concurrence déloyale.

Termes réglementés et signes à éviter

Le nom de l'entreprise ne doit pas évoquer une activité réglementée qu'elle n'exerce pas ou un statut particulier dont elle ne bénéficie pas. Par ailleurs, certains signes sont à éviter.

Il est interdit d'utiliser une appellation évoquant une activité réglementée ou un statut particulier lorsque l'on ne remplit pas les conditions législatives ou réglementaires requises pour en bénéficier.

Exemples de termes réglementés : établissement de crédit, société d'expertise comptable, fondation...

De même, le mot « solde » et ses dérivés ne doivent pas être employés dans les noms et dénominations sociales.

Par ailleurs, le nom d'une entreprise doit être exclusivement composé de lettres et de mots de l'alphabet latin et de chiffres arabes ou romains (peu importe que le nom ait ou non un sens en français ou dans une langue étrangère). L'immatriculation d'une entreprise au registre du commerce et des sociétés peut ainsi être refusée si son nom comprend des signes tels que dièse (#) ou des symboles tels que les symboles monétaires (« \$ », « £ », « € »), les barres (« », « / ») et les astérisques (« * »). Le signe « @ » semble toutefois bénéficier d'un régime de faveur et est admis tout au moins par certains greffes (car assimilé à la lettre « a »).

Autre élément à proscrire : les signes qui sont susceptibles d'interprétations différentes tels que « X3 », la lettre « X » pouvant être lue « x » ou « dix », et le chiffre « 3 » comme un chiffre, un multiplicateur ou un exposant. En effet, le nom ou la dénomination sociale doit permettre d'identifier l'entreprise ou la société avec certitude.