Vérifier si vous pouvez utiliser et protéger le nom

Un nom de domaine disponible n'établit pas que vous pouvez utiliser ou protéger le nom. Faites examiner votre identité numérique avec vos activités, vos marchés et les droits existants.

Publication : 4 novembre 2026 · Mise à jour : 6 novembre 2026

AVANT DE COMMENCER

Votre favori a-t-il passé les bonnes vérifications ?

Votre nom passe bien à l'oral. Les personnes qui l'ont testé savent l'écrire et retrouvent l'adresse prévue. Vous avez envie de passer au logo, au site et à l'enseigne. Mais qu'avez-vous réellement vérifié sur les droits liés à ce nom ?

Reprenons notre cas d'étude de l'atelier de réparation de vélos. Supposons que La Seconde Roue reste une piste et que le nom de domaine envisagé soit disponible. Cette réponse permet d'avancer sur l'adresse. Il reste à rechercher les noms et les marques qui pourraient faire obstacle à son utilisation, puis à examiner ce que l'atelier pourrait protéger.

Ces vérifications peuvent commencer pendant les essais d'usage. Leur intérêt est de faire apparaître assez tôt les questions qui pourraient encore modifier votre choix.

LE PARCOURS EN UN COUP D'ŒIL

- Distinguer l'enregistrement d'une adresse, l'utilisation du nom et sa protection.
- Définir les activités et les territoires à examiner.
- Faire un premier repérage utile, puis comprendre les questions qui demandent une analyse.

Sommaire

Un nom disponible : quelle réponse avez-vous obtenue ? . . . 2

Définir ce que vous allez faire, et où . . . 3

Chercher au-delà du nom exact . . . 4

Examiner ce que vous souhaitez protéger . . . 5

Transformer les recherches en décisions . . . 6

L'essentiel / Ce qu'il faut retenir . . . 7

Mini-glossaire . . . 7

Sources et méthode . . . 8

Retrouver l'article et ses outils en ligne

CHAPITRE 01

Un nom disponible : quelle réponse avez-vous obtenue ?

LE RÉSULTAT ATTENDU

Savoir à quelle question répond chaque vérification.

« Le nom est libre » peut désigner des réponses très différentes. Avant de vous appuyer sur cette phrase, précisez qui l'a donnée, pour quel objet et après quelle recherche.

Trois questions à garder séparées

Votre question	Ce que vous cherchez à établir
Puis-je enregistrer cette adresse ?	La disponibilité technique du nom de domaine envisagé, selon les règles de l'extension.
Puis-je utiliser ce nom pour mon activité ?	Les droits existants susceptibles de faire obstacle aux usages prévus.
Puis-je protéger ce nom comme marque ?	Son aptitude à être enregistré et la protection pertinente pour vos produits, services et marchés.

Pour le .lu, DNS Luxembourg précise que l'enregistrement ne confère pas, à lui seul, de droit d'utiliser le nom. Le demandeur doit vérifier les conflits possibles avec les droits de tiers. Une adresse disponible ne constitue donc pas une validation du nom de l'entreprise.

Le certificat de disponibilité délivré par Luxembourg Business Registers répond encore à une autre question : il compare la dénomination demandée à celles des personnes déjà immatriculées au RCS. Un certificat « libre » ne réserve pas le nom et ne remplace pas une recherche sur les marques.

Sources : [1], [2]

À RETENIR

Conservez les réponses séparément. La disponibilité du domaine, la dénomination au RCS et les droits de marque ne sont pas des vérifications interchangeables.

CHAPITRE 02

Définir ce que vous allez faire, et où

LE RÉSULTAT ATTENDU

Décrire le périmètre utile avant d'ouvrir les registres.

Le même mot ne s'examine pas dans l'abstrait. Il faut le rapprocher des produits et services concernés et des territoires sur lesquels des droits peuvent produire leurs effets.

Pour notre atelier, « activité vélo » reste trop vague. S'agit-il de réparer des vélos, de vendre des modèles d'occasion, de proposer de la location ou d'organiser des sorties ? Décrivez l'offre du lancement et les développements déjà préparés. Vous donnerez ainsi un sens aux résultats rencontrés.

Les produits et services des marques sont regroupés dans des catégories appelées « classes ». Elles aident à organiser une demande et une recherche. Commencez néanmoins par décrire votre activité avec des mots précis ; le choix et la portée des libellés demandent davantage qu'un numéro de classe.

BON À SAVOIR

À qui s'adresser pour déposer une marque ?

Ces organismes interviennent à des échelles différentes. Voici quelques repères pour orienter vos démarches.

INPI - Institut national de la propriété industrielle : dépôt d'une marque nationale française.

BOIP - Office Benelux de la Propriété intellectuelle : marque couvrant la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg.

EUIPO - Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle : marque de l'Union européenne, couvrant les États membres.

OMPI - Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle : coordination des demandes internationales via le système de Madrid, pour les membres désignés.

USPTO - United States Patent and Trademark Office : enregistrement fédéral d'une marque aux États-Unis.

Il s'agit d'une sélection de repères, pas d'une liste exhaustive. Le système de Madrid ne crée pas une protection mondiale automatique : les offices concernés décident de la protection sur leur territoire.

Pour le Luxembourg, il n'existe pas de dépôt national de marque limité au seul pays : la marque Benelux couvre les trois pays. Le périmètre de protection à retenir dépend de vos activités et des marchés du projet.

Un site accessible à l'étranger ne signifie pas que votre projet vise tous les pays. Précisez où vous comptez vendre, livrer, intervenir ou communiquer auprès d'une clientèle. Pour l'atelier, un service local au Luxembourg et une vente de vélos préparée vers les pays voisins n'appellent pas le même périmètre de travail.

Sources : [4], [6], [13], [10], [14], [3]

POINT D'ATTENTION

Le .lu ne délimite pas les droits sur le nom

L'extension de votre adresse ne détermine pas à elle seule les territoires à examiner. Décrivez les marchés et les usages du projet, même si vous conservez un domaine en .lu.

À FAIRE MAINTENANT

Écrivez votre périmètre en quelques lignes

Notez le nom exact, ses variantes envisagées, les domaines retenus, les produits et services prévus, les marchés visés et les langues de communication. Reprenez votre brief de nommage pour les informations déjà réunies.

CHAPITRE 03

Chercher au-delà du nom exact

LE RÉSULTAT ATTENDU

Réunir des résultats documentés, avec leurs ressemblances et leur contexte.

Commencez par le nom tel que vous souhaitez l'utiliser. Recherchez ensuite les variantes qui conservent une proximité d'écriture, de sonorité ou de sens. La recherche exacte constitue un premier niveau ; une différence d'orthographe ne suffit pas à clore l'examen.

Pour La Seconde Roue, vous pourriez essayer la forme complète, puis des recherches sans l'article ou avec des variantes au pluriel. Les langues du projet peuvent aussi faire apparaître d'autres rapprochements à examiner. L'objectif est de repérer ce qu'une recherche limitée au nom exact pourrait laisser de côté.

Consultez le registre des marques Benelux et, selon votre périmètre, les autres outils pertinents. TMview rassemble les données des offices participants et facilite une recherche plus large. Vérifiez toujours les offices couverts et ouvrez la fiche détaillée des résultats utiles.

CONSULTER LES MARQUES

Accéder au registre des marques du BOIP

ÉLARGIR LA RECHERCHE AUX OFFICES PARTICIPANTS

Accéder à TMview

Pour chaque résultat à examiner, relevez le nom et les éventuels éléments graphiques, le titulaire, les produits et services, le territoire concerné, le statut et les dates. Une demande en cours et une marque enregistrée ne se lisent pas de la même manière. Gardez le lien et la date de consultation pour pouvoir retrouver ce que vous avez vu.

Complétez ce repérage avec les registres d'entreprises et les usages visibles dans les moteurs, les annuaires, sur les sites et les enseignes. Les droits à examiner ne se limitent pas aux marques enregistrées. Un nom commercial, une dénomination ou un nom de domaine exploité peut aussi entrer dans l'analyse.

Imaginons qu'une recherche autour de La Seconde Roue fasse apparaître une demande de marque au nom proche. Voici comment vous pourriez lire sa fiche et préparer les questions à approfondir.

Lire une fiche de marque : un exemple de raisonnement

Ce que vous lisez	Dans cet exemple	Ce que cela invite à examiner
Le nom et sa présentation	Un nom proche de La Seconde Roue	Repérez précisément ce qui se ressemble à l'écrit, à l'oral ou dans le sens. Conservez aussi le logo s'il fait partie de la demande.
Les produits et services	La réparation et l'entretien de vélos	Comparez les prestations indiquées avec celles que votre atelier proposera ; ne vous arrêtez pas au numéro de classe.
Le territoire	Le Benelux	Ce périmètre inclut le Luxembourg : le résultat concerne donc une zone de votre projet.
Le statut	Une demande en cours	Notez l'étape indiquée et la date de consultation. Une demande n'est pas encore un enregistrement.
Le titulaire et les dates	Le demandeur et les dates figurant sur la fiche	Conservez ces informations avec le lien et la référence de la demande pour permettre son examen.

Ce résultat ferait apparaître une proximité de nom, d'activité et de territoire à faire examiner. Il ne suffirait pas, à lui seul, pour conclure que vous devez abandonner La Seconde Roue. À l'inverse, une activité différente ou l'absence de nom identique ne permettrait pas de conclure automatiquement que tout usage est possible.

Sources : [8], [4], [7], [11], [12], [9]

À RETENIR

« Je n'ai rien trouvé dans ces recherches » décrit un résultat. « Personne n'a de droits sur ce nom » est une conclusion beaucoup plus large.

CHAPITRE 04

Examiner ce que vous souhaitez protéger

LE RÉSULTAT ATTENDU

Distinguer les obstacles liés au nom lui-même de ceux liés aux droits d'autres personnes.

Utiliser un nom et le déposer comme marque sont deux décisions distinctes. Le dépôt n'est pas une formalité obligatoire pour toute entreprise qui choisit un nom commercial. Il répond à un objectif de protection, à apprécier selon le projet. Renoncer au dépôt ne dispense toutefois pas d'examiner les droits des autres sur le nom que vous comptez utiliser.

Un nom peut vous convenir sans pouvoir être enregistré comme marque. Il doit notamment permettre au public de reconnaître les produits ou services de votre entreprise et de les distinguer de ceux des autres. C'est ce qu'on appelle le caractère distinctif. Un nom qui décrit simplement l'activité ou les produits concernés peut être refusé à l'enregistrement.

Pour notre atelier, une formule comme « Réparation de vélos » explique directement le service. Cette clarté peut aider le public, mais elle ne suffit pas à en faire un nom protégeable comme marque verbale. À l'inverse, inventer un mot ne prouve pas qu'il est disponible : il peut rester proche d'une marque antérieure.

Précisez aussi l'objet de la protection recherchée : le nom en caractères ordinaires, un logo ou une combinaison des deux. Le fait de déposer un ensemble graphique ne permet pas de supposer que les mots seuls bénéficient de la même portée. La demande doit correspondre à ce que vous voulez utiliser et défendre.

Dans la procédure Benelux, l'office examine notamment si la marque remplit les conditions d'enregistrement. Les marques antérieures relèvent d'un autre examen et peuvent être invoquées par leurs titulaires dans une opposition. Le passage d'une étape de la procédure ne remplace donc pas votre travail préalable sur les droits existants.

Sources : [4], [5], [3]

POINT D'ATTENTION

Changer le logo ne règle pas forcément le problème du nom

Si la difficulté vient des mots ou de leur proximité avec un autre nom ou une autre marque, une nouvelle couleur ou une autre police peut laisser la question entière. Identifiez d'abord ce qui pose problème.

CHAPITRE 05

Transformer les recherches en décisions

LE RÉSULTAT ATTENDU

Savoir ce qui est établi, ce qui reste ouvert et ce qui conditionne la suite.

À l'issue des recherches, vous devez pouvoir distinguer ce que vous savez, ce qui reste incertain et ce qui conditionne la suite. Organisez vos résultats autour de ces trois questions.

Trois repères pour préparer la décision

Votre repère	Ce que vous consignez
Ce qui est établi	Les recherches effectuées, les résultats datés et les documents obtenus, avec leur portée.
Ce qui reste ouvert	Les noms proches à analyser, les territoires ou les usages non couverts et les recherches à compléter.
Ce qui conditionne la suite	La réponse à obtenir avant une annonce publique, la commande d'une enseigne ou d'autres dépenses difficiles à modifier.

À FAIRE MAINTENANT

Posez les questions qui bloquent votre décision

Si une analyse spécialisée est nécessaire, transmettez ce dossier à un conseil en propriété industrielle ou à un avocat spécialisé. Demandez une réponse sur les points encore ouverts : quels usages sont concernés, quelles recherches manquent et quelle protection serait adaptée au projet ?

Pour l'atelier, un nom proche repéré dans le Benelux deviendrait ainsi une question précise à résoudre avant de confirmer l'enseigne. Les informations réunies permettent de cibler l'analyse.

Si vous recevez un refus, une opposition ou une demande d'arrêt, conservez le document complet et sa date de réception. Faites identifier la procédure et le délai applicable avant de répondre.

Lorsqu'un obstacle est confirmé, vous pouvez comparer les réponses possibles et leurs conséquences sur le projet. C'est l'objet de l'article suivant.

Sources : [9]

L'essentiel / Ce qu'il faut retenir

VOS REPÈRES

- Un domaine disponible et une dénomination libre au RCS ne suffisent pas à établir que le nom peut être utilisé et protégé.
- Les recherches prennent leur sens avec vos produits, vos services, vos marchés et les usages prévus.
- Les noms proches et les usages existants comptent aussi ; l'absence de résultat exact ne clôt pas la recherche.
- Le dépôt d'une marque répond à un objectif de protection ; utiliser le nom et respecter les droits des autres restent des questions distinctes.
- Conservez les résultats datés et faites préciser ce qui reste à examiner avant les engagements importants.

POUR ALLER PLUS LOIN

Comparer les options quand un obstacle apparaît

Partir de votre projet pour choisir un nom

Mini-glossaire

Terme	En quelques mots
Antériorité	Droit antérieur susceptible d'être pertinent pour le nom et les usages envisagés. [9]
Caractère distinctif	Capacité d'un nom, d'un logo ou de leur combinaison à distinguer les produits ou services d'une entreprise de ceux des autres. [5]
Classe	Catégorie de la classification des produits et services utilisée pour les marques. [4]
Marque verbale	Marque portant sur des mots, lettres ou chiffres en caractères ordinaires, plutôt que sur une présentation graphique particulière. [3]
Opposition	Procédure par laquelle un tiers invoque un droit antérieur pour contester l'enregistrement d'une marque demandée. [5]

Sources et méthode

Les explications s'appuient sur les sources officielles consultées le 6 novembre 2026. Les tableaux de préparation et les questions de travail sont proposés par Wize. L'atelier de vélos sert de cas d'étude ; aucune disponibilité ni possibilité de protection des noms cités n'a été établie. La source belge décrit le système commun Benelux ; les ressources INPI éclairent les principes de recherche sans transposer une procédure française au Luxembourg. Aucun tarif ni délai indicatif de dépôt n'est repris.

1. DNS Luxembourg - Principes généraux
Responsabilité du demandeur et distinction entre enregistrement du domaine et droits d'utilisation du nom.
https://dns.lu/fr/fonctionnement/principes-generaux

2. Guichet.lu - Disponibilité de la dénomination
Comparaison des dénominations au RCS ; le certificat libre ne réserve pas le nom.
https://guichet.public.lu/fr/entreprises/creation-developpement/projet-entreprise/definition/disponibilite-denomination-rcs.html

3. Guichet.lu - Marque déposée
Formes de marques et absence de marque nationale limitée au Luxembourg. Page ancienne ; ses tarifs et délais ne sont pas repris.
https://guichet.public.lu/fr/entreprises/gestion-juridique-comptabilite/propriete-intellectuelle/propriete-industrielle/marque.html

4. SPF Économie - Avant de déposer une marque
Produits et services, classes, choix de déposer ou non une marque, recherches de droits antérieurs dans le système Benelux. Principes recoupés le 6 novembre 2026.
https://economie.fgov.be/fr/themes/propriete-intellectuelle/droits-de-propriete/marques/avant-de-deposer-une-marque

5. SPF Économie - Dépôt Benelux
Examen du caractère distinctif et descriptif ; opposition fondée sur des droits antérieurs. Aucun délai ni tarif repris.
https://economie.fgov.be/fr/themes/propriete-intellectuelle/droits-de-propriete/marques/deposer-une-marque/depot-benelux

6. EUIPO - Questions générales sur la marque de l'Union européenne
Portée territoriale de la marque de l'Union européenne. Contenu officiel confirmé dans l'index de recherche ; lecture directe limitée par le site.
https://www.euipo.europa.eu/fr/help-centre/tm/faq-basic-questions

7. EUIPO - Recherche de disponibilité
Accès aux outils de recherche de marques, notamment TMview. Index officiel consulté ; la page directe renvoie un refus technique d'accès.
https://www.euipo.europa.eu/fr/help-centre/tm/faq-search-availability

8. INPI - Rechercher une marque
Recherche exacte comme premier niveau et approfondissement par les similarités d'écriture, de sonorité et de sens. Pas de transposition d'une procédure française au Luxembourg.
https://www.inpi.fr/ressources/propriete-intellectuelle/rechercher-une-marque-base-marques

9. INPI - Les conditions de validité d'une marque
Disponibilité, droits antérieurs et difficulté d'interpréter les résultats ; recours possible à un spécialiste. Principes généraux, sans transposition de procédure.
https://www.inpi.fr/realiser-demarches/propriete-intellectuelle/conditions-de-validite-dune-marque

10. OMPI - Système de Madrid
Demande de protection auprès des membres désignés ; décision de chaque office concerné. Aucune protection mondiale automatique.
https://www.wipo.int/fr/web/madrid-system/index

11. BOIP - Registre des marques
Outil de consultation relié depuis le SPF Économie. Page interactive, sans test de recherche d'un nom précis dans ce travail.
https://www.boip.int/fr/registre-des-marques

12. TMview - Recherche de marques
Outil regroupant les offices participants, référencé par l'INPI et l'EUIPO. Aucun résultat de recherche de nom présenté.
https://www.tmdn.org/tmview/

13. INPI - Déposer sa marque
Dépôt d'une marque française auprès de l'INPI. Page officielle consultée le 6 novembre 2026.
https://www.inpi.fr/realiser-demarches/propriete-intellectuelle/deposer-sa-marque

14. USPTO - Trademark basics
Organisme américain et enregistrement fédéral de marque. Page officielle en anglais consultée le 6 novembre 2026.
https://www.uspto.gov/trademarks/basics

Les renvois entre crochets désignent les références ci-dessus.