

MONACO BRANDS :

«Je suis convaincu que les entrepreneurs ont besoin de mieux connaître le rôle et les objectifs de MONACO BRANDS, pour nous considérer davantage comme des partenaires»



Philippe Boisbouvier

Pour permettre aux chefs d'entreprises de mieux appréhender le fonctionnement et le rôle de MONACO BRANDS en faveur notamment de la protection et de la valorisation des marques Monaco et Monte-Carlo, Philippe Boisbouvier, Président Délégué de la S.A.M. détenue à 100% par l'État Monégasque, a répondu aux questions du MBN.

MBN/ En quoi consiste les activités de MONACO BRANDS ?

Philippe Boisbouvier : La société a pour objet, à Monaco et à l'étranger, pour son compte ou le compte de tiers, la protection et la valorisation des marques, noms de domaine, logos, dessins, signes, ou tout élément susceptible de propriété intellectuelle, et l'exploitation, directe ou indirecte, des dites marques, noms de domaine, dessins, signes de l'État Monégasque, notamment au moyen de concessions de licences, conventions partenariales, ou labels, avec toutes personnes physiques ou morales, à Monaco ou à l'étranger. En matière de licences et de conventions partenariales, nous avons conclu 80 contrats portant sur des domaines variés (produits souvenirs, produits plus spécifiques dans le secteur alimentaire, la construction automobile...).

MBN/ Dans ce cadre, quelle est sa vocation première ?

P.B. : MONACO BRANDS se préoccupe prioritairement de l'image qui sera véhiculée par le produit qui est proposé à la commercialisation, auquel le nom Monaco ou Monte-Carlo va être adjoint, seul ou accompagné d'un autre sigle représentatif. Nous sommes donc particulièrement vigilants à la qualité du produit, ainsi qu'à la qualité et au sérieux du contractant, afin de ne pas nuire à l'image de la Principauté, ni par son utilisation, ni aux autres licenciés antérieurs. Notre but est de s'assurer que l'association d'un nouveau partenaire ou d'un nouveau licencié ne va pas contrecarrer tous les efforts réalisés par MONACO BRANDS et son équipe depuis sa création en avril 2012. Pour ce faire, nous demandons à ce qu'un certain nombre d'informations nous soit fourni. Il s'agit souvent d'acteurs économiques de la Principauté, ou ayant une antériorité et souhaitant associer une partie de leur produit à l'image d'exception que Monaco véhicule.

MBN/ Comment procédez-vous en cas d'utilisation non conforme, voire abusive, des noms Monaco ou Monte-Carlo ?

P.B. : À titre d'exemple, si un licencié transgresse ses obligations envers MONACO BRANDS, nous avons la possibilité d'agir conformément au contrat qu'il a signé,

en lui adressant une lettre de rappel, puis une mise en demeure... Dans le cas où ces démarches resteraient caduques, nous pouvons dénoncer le contrat avec une interdiction d'exploiter désormais la marque. À défaut de parvenir à une solution consensuelle, nous pouvons entamer une action en justice, financée par les redevances que MONACO BRANDS a perçues de la part du contractant contrevenant. C'est grâce à cette redevance que nous avons les moyens d'agir pour défendre l'image de la Principauté et l'utilisation qui en est faite. L'importance de cette contribution de nos licenciés et partenaires prend ici tout son sens car, même si elle est instaurée par le droit de la propriété intellectuelle, elle peut parfois générer une certaine incompréhension.

Quant aux acteurs locaux qui sont aussi parfois confrontés à l'utilisation abusive des noms Monaco et Monte-Carlo, je suis à leur écoute s'ils détectent des situations et souhaitent engager une action, d'autant qu'il est plus efficace d'agir de concert qu'en parallèle.

Pour lutter contre ceux qui utiliseraient sans autorisation les noms Monaco et Monte-Carlo, nous nous appuyons sur la veille effectuée par des cabinets spécialisés en propriété intellectuelle qui nous informent de tous les dépôts de marques utilisant les noms Monaco et Monte-Carlo. À ce stade, nous évaluons si nous avons une légitimité à mener une action. En effet, pour pouvoir contester l'utilisation, il faut pouvoir être propriétaires du droit de cette contestation. Par exemple, si la Principauté a déposé la marque Monaco dans un pays Y, nous avons alors une légitimité pour tous les dépôts de marques qui y sont déposées postérieurement. En revanche, pour toutes les marques antérieures, la primauté prévaut. Aujourd'hui, les noms Monaco et Monte-Carlo ne sont pas déposés dans tous les pays. D'abord, parce que les dépôts de marques ne sont pas possibles dans toutes les législations. Ensuite, parce que tout dépôt que nous effectuons doit répondre à 2 critères : l'intérêt économique et le coût financier. À Monaco, le coût d'un dépôt varie de quelques dizaines à quelques centaines d'euros, mais dans certains pays, il faut compter près de 10 000 dollars par produit déposé. Or, les moyens financiers de MONACO BRANDS sont

limités. Idéalement, j'aimerais pouvoir déposer les noms Monaco et Monte-Carlo sans barrage juridique, ni contrainte financière, pour asseoir encore davantage les marques de l'État Monégasque au niveau mondial, et de ce fait encore mieux protéger l'image du pays, mais aujourd'hui cela n'est pas envisageable.

MBN/ Avez-vous un message particulier à faire passer à nos lecteurs entrepreneurs ?

P.B. : Je crois que les entrepreneurs qui ont fait le choix de s'installer en Principauté l'ont fait notamment pour l'image d'excellence qu'elle véhicule dans le monde entier, tant sur le plan de la stabilité politique que du modèle économique et social, et qu'ils sont conscients du privilège d'être ici. Au-delà des points forts que je viens d'évoquer, leur entreprise va aussi bénéficier de l'action de MONACO BRANDS au service de la défense de cette image de luxe et de qualité.

C'est pourquoi je suis convaincu que les entrepreneurs ont besoin de mieux connaître le rôle et les objectifs de MONACO BRANDS, pour nous considérer davantage comme des partenaires et mieux comprendre les raisons pour lesquelles nous sommes parfois amenés à leur demander le paiement d'une redevance.

MBN/ Dans quels cas sont-elles tenues de se rapprocher de vous ?

P.B. : Concrètement, toute société constituée à Monaco qui dépose une marque contenant les noms

Monaco ou Monte-Carlo est tenue de s'approcher de MONACO BRANDS pour obtenir une autorisation et un contrat de licence nécessitant le versement d'une redevance. C'est ce qui confère toute sa légitimité à nos actions.

MBN/ En tant que Président Délégué depuis août 2019, quels sont vos objectifs et vos perspectives ?

P.B.: J'aimerais donner un nouvel élan à nos actions au travers notamment d'une discussion renouvelée avec les acteurs économiques de la Principauté, en consolidant certains partenariats, voire en en développant de nouveaux. J'ai également la volonté de développer le portefeuille de marques de l'État, au-delà des marques Monaco et Monte-Carlo. Je voudrais par ailleurs élargir le nombre de produits qui sont commercialisés avec le nom Monaco, tant en Principauté qu'à l'étranger, en étendant aussi le nombre de pays où ils sont diffusés. Pour ce faire, l'idée serait de s'appuyer sur des acteurs économiques établis ici et disposant d'un réseau international. À la lecture de cet article, j'espère qu'ils auront envie de venir nous voir pour établir un partenariat gagnant-gagnant, qui permettrait à eux comme à nous d'être des vecteurs de la renommée et de l'attractivité de Monaco par-delà ses frontières.