



Création d'une nouvelle marque par la FNOTSI et utilisation par le réseau

La FNOTSI a déposé une nouvelle marque associant le signe figuratif « i » (le logo) et le signe verbal « OFFICES DE TOURISME DE FRANCE » (*dépôt à l'INPI le 21 mai 2010 sous le n° national 10/374013*).

Il s'agit donc d'une marque dite « complexe », c'est à dire combinant plusieurs types de signes.

Parallèlement, la Fédération souhaite modifier sa dénomination sociale en reprenant, partiellement, l'intitulé de sa nouvelle marque pour l'adjoindre à son ancienne dénomination, ceci « pour une meilleure visibilité auprès du public et de l'ensemble de la profession » (projet de modification des statuts, article 1).

Ainsi, la dénomination de la FNOTSI sera désormais : « Offices de tourisme de France - Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative », soit en abrégé « Offices de Tourisme de France ».

S'agissant de l'incidence de ce changement de marque sur les adhérents de la FNOTSI, elle soulève la question de l'utilisation de ladite marque par ceux-ci.

Avec l'accord de la Fédération, ses membres peuvent utiliser la nouvelle marque, voire même l'intégrer dans leur dénomination.

Concrètement, les membres du réseau (Fédérations régionales, Fédérations/Unions départementales et Offices de tourisme) utilisent actuellement la marque de la Fédération sans autorisation formelle : le seul document qui fasse état de la possibilité d'utiliser la marque de la Fédération est le bulletin d'appel de cotisation énumérant les avantages procurés par l'adhésion.

La nouvelle marque pourra être utilisée par les membres de la Fédération dans les mêmes conditions.

Nota : la licence d'utilisation est la convention usuelle permettant au propriétaire d'une marque d'autoriser son utilisation par un tiers.



S'agissant de l'incidence du changement de dénomination de la Fédération sur les membres du réseau, il convient de dissocier plusieurs hypothèses.

Les membres de la Fédération peuvent décider d'utiliser la nouvelle marque « Offices de Tourisme de France » dans leur signalétique ou sur leur papier à en tête sans changer de dénomination. Dans ce cas, ils utilisent la nouvelle marque comme un signe d'appartenance au réseau. Dès lors qu'ils ne modifient pas leur dénomination, ils ne devraient pas être dans l'obligation de modifier leurs statuts.

En revanche, ceux qui décident de modifier leur dénomination pour y intégrer la nouvelle marque devront respecter les procédures nécessaires à leurs modifications statutaires (assemblée générale extraordinaire....)