

L'AVIS DE L'EXPERT

“ Harmoniser la marque française et sa transcription phonétique chinoise ”



BERTRAND MOREAU, président du Centre de recherches et d'études sur le développement international en Asie (Credia).

► Les Français qui s'installent en Chine ont tout intérêt à afficher une marque hexagonale, car les Chinois raffolent des noms français. Surtout dans le domaine du luxe. Pour les marques plus courantes, une recherche s'impose afin de s'assurer que le nom passera bien auprès des consommateurs chinois. Quitte à en changer pour aborder ce nouveau marché ! Attention en effet aux conséquences désastreuses que pourrait entraîner une transcription malencontreuse. Si l'on traduit le nom français en idéogrammes – ce qui est recommandé –, il faut alors trouver une harmonie avec sa

transcription phonétique chinoise. Le pinyin, c'est-à-dire la traduction en alphabet romain de l'idéogramme, permet de s'en sortir ! Par exemple, Audi en pinyin se transforme en Aodi, simple transcription phonétique sans signification. Carrefour a carrément changé de nom en s'appelant en mandarin Tiaofu, ce qui veut dire « la famille joyeuse ». Tandis qu'Yves Rocher est devenu Yeluzhi, « la rosée sur les feuilles », et Danone, Daneng, « plein d'énergie ». Il faut impérativement enregistrer sa marque en Chine, sauf s'il s'agit d'une marque jugée notoire. Cela correspond au minimum à quatre dépôts : le nom français, l'idéogramme, le cantonais et le logo. Deux voies sont possibles pour déposer sa marque et la protéger. Le dépôt en France auprès de l'Inpi (Institut national de la propriété intellectuelle) qui transmet le dossier à l'OMPI (Office mondial de la protection intellectuelle), qui l'envoie ensuite au bureau chinois des marques. Ou alors l'enregistrement directement auprès de cet office national qui aura été saisi par un mandataire habilité. La procédure prend neuf mois. C'est long, alors mieux vaut anticiper. ●



RENAULT

CHANEL

DE GRANDES MARQUES, comme Carrefour ou Danone, ont préféré traduire leur nom. Renault ou Chanel jouent sur leur identité française.

LA COMPAGNIE FINANCIÈRE EDMOND DE ROTHSCHILD

Partageons le goût d'entreprendre

**Notre banque,
indépendante et familiale,
partenaire naturel
du chef d'entreprise**

**Private equity
Evaluations d'entreprises
Fusions et acquisitions
Ingénierie patrimoniale
Gestion privée**



GRUPE
LCF ROTHSCHILD

Bordeaux
Hôtel de Saige
23, cours du Chapeau Rouge
33000 Bordeaux
Tél : 05 56 44 20 66

Lyon
55, avenue Foch
69006 Lyon
Tél : 04 72 82 35 25

Marseille
165, avenue du Prado
13272 Marseille Cedex 08
Tél : 04 91 29 90 80

Paris
47, rue du Fbg Saint-Honoré
75401 Paris cedex 08
Tél : 01 40 17 21 00

www.lcf-rothschild.fr

S.A. à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 68 648 940 euro
572 037 026 RSC Paris