

Rappel des principaux droits intellectuels

On peut distinguer d'après leur objet quatre grandes catégories de droits :

- les droits sur les créations d'ordre technique ou technologique (brevet, savoir-faire, obtentions végétales, semi-conducteurs),
- les droits sur les créations artistiques, littéraires et assimilées (droit d'auteur et droits voisins, protection spécifique des programmes d'ordinateur, protection spécifique des bases de données),
- les droits sur les créations de "design", portant sur l'aspect extérieur des produits (les dessins et modèles industriels et le droit d'auteur), et
- les droits sur les signes distinctifs (marque, nom commercial, enseigne, dénomination sociale, appellation d'origine, nom de domaine).

Le brevet est un titre qui protège une invention consistant *grosso modo* en une solution technique à un problème technique. Cette solution technique peut être un produit ou un procédé. Pour être brevetable, l'invention doit être nouvelle (c'est-à-dire qu'elle ne peut être comprise dans l'état de la technique), elle doit impliquer une activité inventive (c'est-à-dire qu'elle ne peut pas, pour un homme de métier, découler d'une manière évidente de l'état de la technique) et elle doit être susceptible d'application industrielle. A l'heure actuelle, les logiciels "purs" et les méthodes commerciales "pures" sont en principe exclus de la protection par brevet en Europe.

Quant au **droit d'auteur**, il protège les *œuvres littéraires et artistiques* comprenant notamment les livres, les programmes d'ordinateurs, les conférences, les œuvres dramatiques, les compositions musicales, les œuvres cinématographiques, les dessins, les œuvres photographiques, l'art appliqué ou les créations de "design", les bases de données.

Les droits voisins des droits d'auteur protègent les interprétations des artistes, etc.

Pour être protégée, la création doit être matérialisée de manière à pouvoir être communiquée à autrui (une idée, un concept, une méthode de travail ou une théorie scientifique ne peut donc en tant que telle être protégée par le droit d'auteur). En outre, il doit s'agir d'une création originale, c'est-à-dire une création intellectuelle propre à son auteur.

La marque est un *signe* pouvant être représenté de façon graphique, servant à désigner les produits et services d'une entreprise et permettant ainsi de les distinguer de ceux des concurrents. Il peut s'agir notamment d'un mot existant ou inventé, d'un logo, d'un ensemble de lettres ou de chiffres, d'une couleur ou d'une combinaison de couleurs, d'un slogan, de la forme du produit ou de son conditionnement. Pour être protégée, la marque ne doit pas être originale, il faut (mais il suffit) qu'elle soit distinctive c'est-à-dire arbitraire par rapport aux produits ou services considérés (par exemple "parasol" pour de la limonade). Elle doit également être disponible.

Le dessin ou modèle industriel est l'*aspect* d'un produit industriel ou artisanal qui lui est conféré par les caractéristiques des lignes, des contours, des couleurs, de la forme, de la texture ou des matériaux du produit lui-même ou de son ornementation (par exemple un motif floral sur du papier peint, la nouvelle forme d'un téléphone portable). Pour être protégé le dessin ou le modèle doit être nouveau et présenter un caractère individuel. Ceci sera le cas si l'impression globale qu'il produit sur l'utilisateur averti est différente de celle que produit sur cet utilisateur tout autre dessin ou modèle divulgué au public auparavant. Ce ne sera pas le cas si l'impression générale est de "déjà vu" !

La propriété intellectuelle - un outil au service des entreprises

La propriété intellectuelle n'est pas qu'un concept juridique, c'est une évidence !

Sur le plan commercial, elle peut faciliter la pénétration de nouveaux marchés ou l'augmentation de ses parts de marchés grâce aux droits exclusifs qu'elle confère à ses bénéficiaires.

De plus, du point de vue de la gestion des ressources humaines, elle peut être un outil important de motivation du personnel ("boîte à idées" avec remise de prix pour les meilleures créations ; indication du nom de l'inventeur dans les brevets, etc.).

Enfin, sur le plan financier elle permet de générer des revenus parfois très importants via l'octroi de licences en même temps qu'elle devient un levier pour attirer plus facilement les investisseurs.

L'exemple de Philips est révélateur. Grâce aux licences octroyées à des tiers, Philips engrange des centaines de millions d'euros par an.

La société propriétaire du système d'exploitation UNIX a annoncé avoir obtenu en 2003 des revenus de l'ordre de 10,3 millions de dollars grâce à son programme d'octroi de licences SCOsource, essentiellement à Microsoft et Sun Microsystems.

(voir L'Echo, 10-12 Janvier 2004, "Quand la propriété intellectuelle devient un fer de lance commercial de l'entreprise", Laurent Marlière)

Source : Office Kirkpatrick

Une "Feuille de route Propriété intellectuelle" pour l'entrepreneur

Quand et Pourquoi ?

Avant de lancer un nouveau projet ou une nouvelle campagne publicitaire, de contacter des fabricants de prototypes, des partenaires financiers, d'engager du personnel, *a fortiori* de construire ou d'acheter une nouvelle usine ou du matériel pour exploiter son invention ou sa création, l'entrepreneur doit - avant même son "business plan" - établir sa propre "Feuille de route Propriété intellectuelle".

Quoi de plus frustrant en effet que de réaliser "après coup" que l'excellente idée sur base de laquelle on a consenti des investissements importants, du

temps, convaincu du personnel et d'autres partenaires, non seulement n'a rien d'original ni de neuf mais surtout fait l'objet d'un brevet ou d'une marque déposée ou d'un autre droit exclusif d'un tiers, comme un modèle industriel, un droit d'auteur, un nom commercial,... ! qui bloque le projet ou le rend terriblement plus onéreux.

A l'opposé, quel dommage de voir ses merveilleuses idées piratées et des copies de celles-ci, le plus souvent (mais pas toujours) de piètre qualité, envahir le marché à bas prix, en provenance de Chine ou d'ailleurs. Il est pourtant le plus souvent trop tard pour agir à ce moment !

Etapas essentielles de la "Feuille de route Propriété Intellectuelle"

Première étape : Examen de la liberté d'exploitation

La première question à se poser est celle de la "liberté d'exploitation" de la création ou de l'invention ou de la marque :

- la création ou l'invention est-elle totalement ou partiellement couverte par un brevet, un dessin ou un modèle industriel, un droit d'auteur ou un autre droit exclusif d'un tiers en vigueur sur le territoire concerné ?



La garantie d'un avenir pour vos idées

Propriété Intellectuelle & Innovation



Les conseillers de pi² sont à votre service :

- Information et formation sur les brevets, marque, et autres modes de protection de la PI
- Expertise scientifique et technique afin de dresser l'état de la technique d'une technologie ou d'évaluer la nouveauté d'une invention
- Expertise économique pour élaborer une stratégie de dépôt et évaluer le potentiel économique d'une invention
- Veille concurrentielle « orientée brevet » afin de suivre l'évolution de vos technologies, voire même celles de vos concurrents

» www.picarre.be » T : 04 367 83 70



- la marque ou le logo envisagé pour désigner le nouveau produit ou service est-il disponible ou déjà approprié par un tiers ou similaire à un logo ou un autre signe d'un tiers valable sur le territoire concerné ?

A cet égard, les conseils en propriété intellectuelle ont généralement accès à des bases de données spécialisées qui sont d'un grand secours.

S'il apparaît qu'il y a un droit antérieur d'un tiers qui couvre totalement ou partiellement la création ou l'invention ou la marque, il faudra examiner, en s'entourant des conseils en propriété industrielle, s'il est possible de "contourner" la difficulté, notamment en modifiant ou améliorant la création ou la marque ou encore en essayant d'annuler le droit antérieur.

Les alternatives seront généralement d'essayer de négocier une licence d'exploitation avec le titulaire du droit antérieur ou encore... d'abandonner le projet.

Deuxième étape : Définition de la stratégie

Si la création ou l'invention ou la marque est libre d'exploitation, il faudra tout d'abord identifier quelles protections sont théoriquement possibles (brevet ou modèle ou droit d'auteur...), sur quels territoires requérir la protection (Benelux, Union européenne, USA, Japon, Chine, etc.). Rappelons en effet que les droits intellectuels sont des droits territoriaux.

Il faudra ensuite définir la meilleure stratégie possible, en tenant compte d'impératifs tels que la durée de vie du produit ou service, son prix, le budget disponible, la facilité de copie ou de contournement ou de décompilation, les territoires de fabrication et de commercialisation, la stratégie des concurrents...

On pourra ainsi adopter une stratégie plutôt offensive ou plutôt défensive.

Par exemple, en cas d'invention technique, l'inventeur pourra adopter une

stratégie offensive et opter pour un brevet (qui lui confère un droit fort mais qui implique un dépôt et une procédure d'enregistrement relativement longue (4 à 5 ans) et coûteuse), ou opter pour une attitude défensive et se limiter à empêcher les tiers d'obtenir un droit exclusif sur l'invention, et ce, en détruisant la nouveauté via une publication de l'invention.

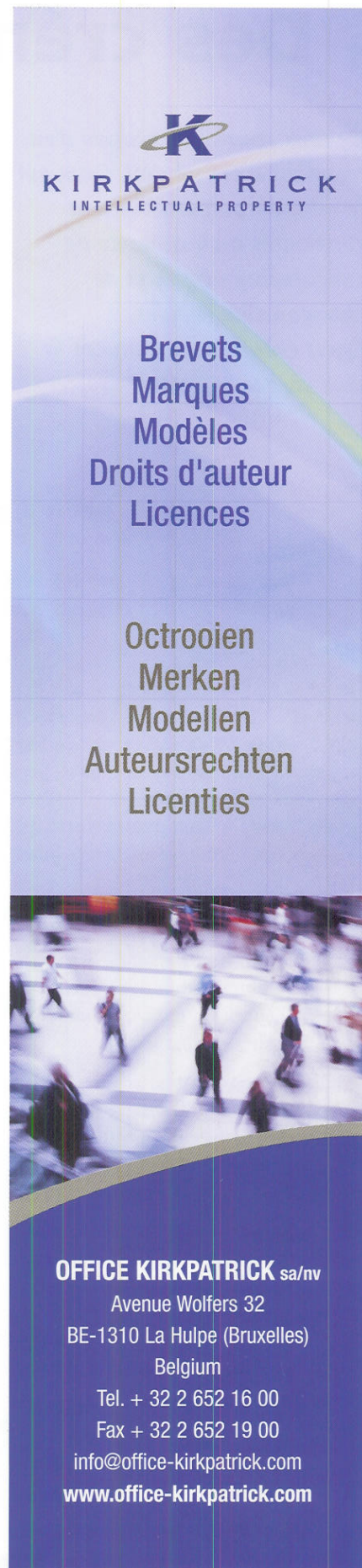
Il ne faut pas non plus négliger la protection via les accords de confidentialité qui peuvent parfaitement convenir pour certains types de produits (par ex. la célèbre recette de Coca Cola) à condition d'être rédigés avec beaucoup de soin.

Troisième étape : Mise en œuvre de la stratégie

Selon la décision prise, il y aura lieu de procéder ou faire procéder par un mandataire, aux dépôts auprès des autorités officielles (du Benelux, de l'Union européenne, de l'OMPI, etc.) - formalités généralement requises pour obtenir un brevet, un dessin ou modèle industriel ou une marque - ou se ménager les preuves de la création dans les cas où le droit naît de la création sans autres formalités - comme c'est le cas du droit d'auteur et des droits voisins, de la protection des logiciels et de la protection des bases de données, pour se limiter aux droits essentiels.

Dominique Kaesmacher
IP Chief IP Counsel
d.kaesmacher@office-kirkpatrick.com

OFFICE KIRKPATRICK
avenue Wolfers 32
1310 La Hulpe
Tél. 02 652 16 00
Fax 02 652 19 00
info@office-kirkpatrick.com
www.office-kirkpatrick.com



KIRKPATRICK
INTELLECTUAL PROPERTY

**Brevets
Marques
Modèles
Droits d'auteur
Licences**

**Octrooiën
Merken
Modellen
Auteursrechten
Licenties**

OFFICE KIRKPATRICK sa/nv
Avenue Wolfers 32
BE-1310 La Hulpe (Bruxelles)
Belgium
Tel. + 32 2 652 16 00
Fax + 32 2 652 19 00
info@office-kirkpatrick.com
www.office-kirkpatrick.com