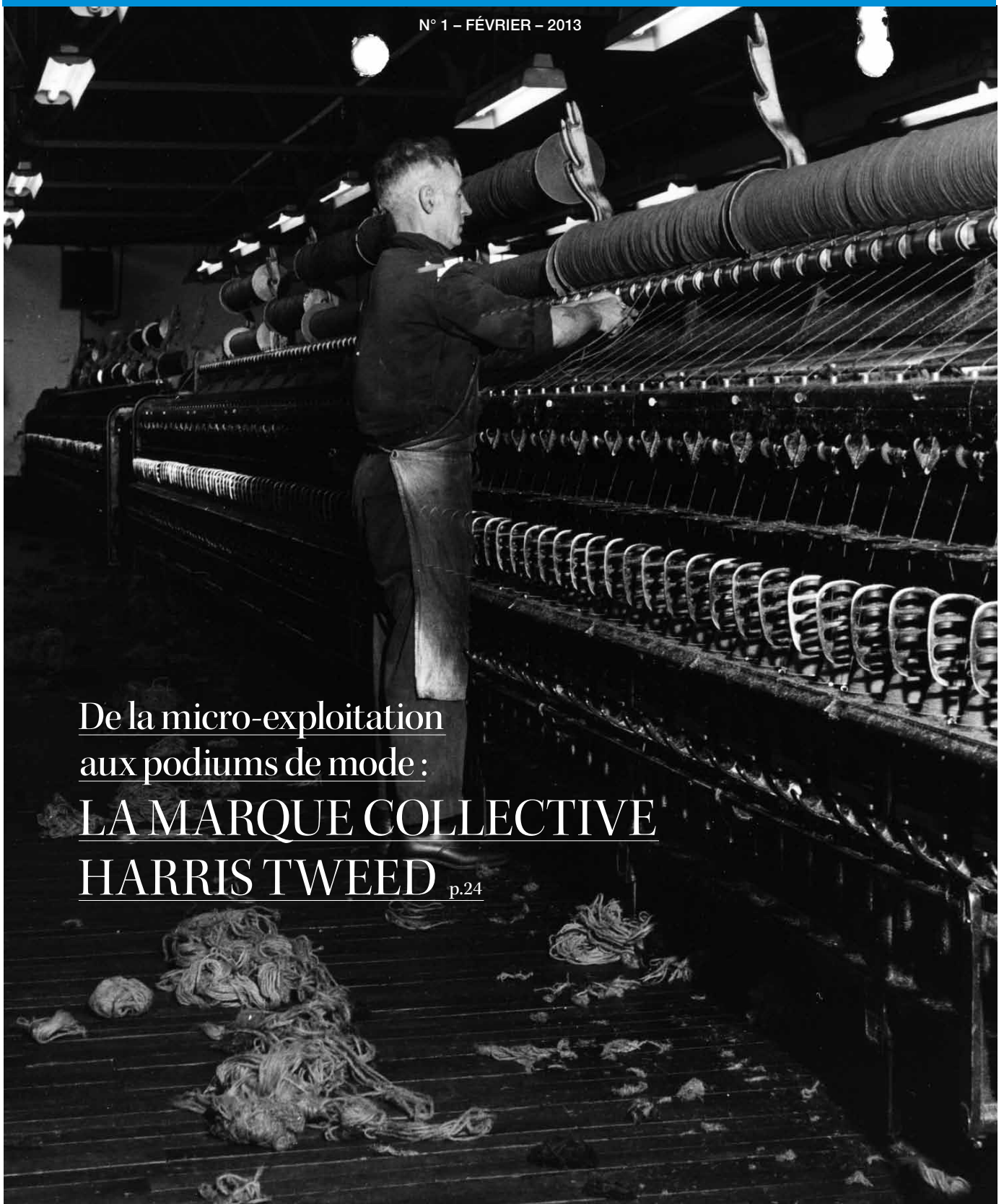


OMPI | MAGAZINE

N° 1 – FÉVRIER – 2013



De la micro-exploitation
aux podiums de mode :

LA MARQUE COLLECTIVE

HARRIS TWEED p.24

100 ANS DE CINÉMA INDIEN p.2 | LE MAQUIS DE BREVETS LIÉ AUX
TÉLÉPHONES INTELLIGENTS p.7 | ORIENTER LA RECHERCHE SUR
LES MALADIES TROPICALES NÉGLIGÉES p.15

TABLE DES MATIÈRES

- p.2 100 ans de cinéma indien : entretien avec le réalisateur de Bollywood Anurag Basu
- p.7 Le maquis de brevets lié aux téléphones intelligents : un écheveau inextricable?
- p.11 L'art à l'ère du numérique : la société japonaise teamLab ouvre de nouvelles perspectives
- p.15 Orienter la recherche sur les maladies tropicales négligées
- p.20 Les cigarettes vous tueront : la Haute Cour d'Australie et le conditionnement neutre des produits du tabac
- p.24 De la micro exploitation aux podiums de mode : la marque collective Harris Tweed
- p.29 La campagne algérienne de lutte contre le piratage
- p.31 Exploiter le potentiel d'innovation de l'Europe centrale et orientale

Remerciements :

- p.7 **James Pooley**, Secteur de l'innovation et de la technologie, OMPI
- p.15 **Konji Sebati, Anatole Krattiger, Thomas Bombelles**, Département des savoirs traditionnels et des défis mondiaux, OMPI
- p.20 **Marcus Höpperger**, Division du droit et des services consultatifs en matière de législation, OMPI
- p.29 **Eun-Joo Min**, Division de la promotion et du respect de la propriété intellectuelle, OMPI
- p.31 **Michal Svantner**, Division pour certains pays d'Europe et d'Asie, OMPI

Rédaction : **Catherine Jewell**
Graphisme : **Annick Demierre**
Image de couverture :
Harris Tweed Authority

Couverture : Le Harris Tweed, tissé à la main par les habitants des Hébrides extérieures, en Écosse.

© Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle



“À l’image du poulet tikka, qui a acquis une renommée internationale, j’aimerais que Bollywood soit apprécié de tous.”

qu’il s’agit d’un délit. Dès le lendemain de la sortie d’un film en salle, on en trouve des copies piratées sur le marché. Le piratage est pour nous un véritable fléau et il faut absolument y mettre un terme.

Chaque année, l’industrie du cinéma perd environ 18 000 roupies de crore (près de 3,34 milliards de dollars des É.-U.) et quelque 60 000 emplois à cause du piratage. C’est énorme. Notre secteur reste florissant mais imaginez ce que pourrait être notre chiffre d’affaires si le piratage n’existait pas.

Quelles mesures faut-il prendre pour lutter contre le piratage?

Il faut faire prendre conscience aux gens que le piratage est un délit. Le gouvernement fait des progrès en la matière. Il a fermé plusieurs canaux de téléchargement et a pratiquement fait disparaître les CD piratés de la ville de Mumbai où j’habite.

Je pense qu’il est possible d’éradiquer le piratage en faisant sortir les versions DVD de nos films environ une semaine après leur lancement en salles. Actuellement, il faut attendre trois à quatre mois avant de pouvoir lancer une version DVD, ce qui n’a pas de sens. Diffuser les films auprès des chaînes payantes par satellite permettrait de nous garantir une source de revenus et de réduire les pertes imputables au piratage. Si le piratage fonctionne, c’est parce qu’il est possible d’acheter un DVD 100 roupies et de le regarder en famille. C’est donc à ce prix que nous devons proposer ce type de divertissement. Se procurer un DVD original doit être aussi facile que se procurer un DVD piraté. C’est le seul moyen que nous avons pour lutter contre le piratage.

Quelles sont les incidences des technologies numériques?

L’inconvénient du numérique, c’est qu’à peine sortis en salles, les films sont disponibles partout sur Internet. Les technologies numériques présentent néanmoins des avantages pour les cinéastes car elles facilitent la réalisation des films. Tous les ordinateurs portables sont désormais équipés d’une caméra et d’un outil de montage et dans les 10 prochaines années, une kyrielle de nouveaux cinéastes et un tout nouveau jargon devraient voir le jour, ce qui est de bon augure pour l’industrie.

Pourquoi le droit d’auteur est-il important pour les cinéastes?

Le droit d’auteur procure une sécurité aux cinéastes. Si vous avez la conviction de donner naissance à une œuvre qui vous rapportera de l’argent et qui assurera votre avenir, vous investirez tout ce que vous possédez.

En tant que cinéaste en Inde, vous n’avez pas d’autre choix que de tourner film sur film car vous ne percevez aucune redevance. Les auteurs et les cinéastes sont très peu rémunérés en Inde et ils sont tributaires de leurs coûts de production. Ils écrivent le scénario d’un film, le font sortir et ça s’arrête là. Comme ils ne perçoivent aucune redevance, ils enchaînent les scénarios, d’où la qualité médiocre des films. Les cinéastes n’ont tout simplement pas le temps d’affiner leur travail avant de passer au projet suivant.

Désormais, grâce à la nouvelle Loi modificative sur le droit d’auteur (promulguée en 2012), nous avons la garantie de pouvoir tirer un revenu de notre travail de création. Si vous avez l’assurance que vous percevrez des redevances, vous donnerez le meilleur de vous-même. Vous n’enchaînez pas scénario sur scénario. Cette loi va permettre l’éclosion d’œuvres d’une plus grande originalité et d’une bien meilleure qualité en Inde, j’en suis persuadé.

Scènes des films 36 Chowringhee Lane, 3 Idiots et Raja Harishchandra projetés pendant le Festival du film indien organisé à l’OMPI en décembre 2012.



Scène de *Zindagi Na Milegi Dobara*, une comédie dramatique initiatique indienne réalisée par Zoya Akhtar et produite par Farhan Akhtar et Ritesh Sidhwani.

Quelle évolution souhaitez-vous pour le cinéma indien?

J'aimerais que notre cinéma commence à être reconnu du grand public partout dans le monde. À l'image du poulet tikka, qui a acquis une renommée internationale, j'aimerais que Bollywood soit apprécié de tous.

Comment expliquez-vous le succès de Barfi!?

Jamais je n'aurais imaginé un tel succès. C'est une grande leçon d'humilité. Plusieurs de mes amis m'avaient mis en garde, pensant que mon film était risqué parce qu'il sortait des sentiers battus. Or, contrairement à eux, j'ai toujours pensé que ce n'était pas un film risqué, parce qu'il était divertissant et, surtout, parce que je tenais à raconter ce type d'histoire. *Barfi!* a été le plus grand succès au box-office indien en 2012 et le film qui a le mieux marché à l'étranger. Je crois qu'il faut y voir un signe de la mutation que connaît le cinéma indien. J'ai réalisé plusieurs films, mais c'est de *Barfi!* dont je suis le plus fier.

Comment vous est venue l'idée du scénario du film?

Il y a quelques années, je travaillais souvent avec des enfants dans le cadre d'ateliers spécialisés et un jour, une jeune fille m'a semblé très en colère. Les enseignants ne parvenaient pas à la calmer mais dès que la personne chargée de l'entretien est entrée dans la pièce, un homme sourd et muet, elle a retrouvé son calme. Ils avaient une façon extraordinaire de communiquer

qui m'a marquée à jamais. Ce soir-là, je suis rentré chez moi et j'ai écrit une nouvelle sur cette anecdote. Deux ans plus tard, j'ai décidé de l'étoffer et d'en faire un scénario.

Mon film précédent, *Life in the Metro*, avait été salué par la critique et avait vraiment bien marché mais avec *Barfi!*, je voulais proposer un nouveau type de langage cinématographique à Bollywood. Ce film, qui comprend des clin d'œil à Charlie Chaplin et Buster Keaton, m'a également donné l'occasion de rendre hommage aux films muets qui ont bercé mon enfance.

Je suis très attaché à ce film sur le plan personnel. Il parle d'un amour désintéressé et s'appuie sur de nombreuses expériences personnelles. C'est ce que font les cinéastes : ils inhalent de la vie et exhalent des films.

Avez-vous encore à apprendre du cinéma?

Oui, vous apprenez de vos erreurs et vous vous efforcez de ne pas les reproduire dans votre film suivant. C'est ce qui vous fait progresser. Pour autant, je recherche encore mon propre style. D'un film à l'autre, je m'essaie à différents genres, je tente des choses différentes. On ne peut pas dire que j'aie un style particulier; tous mes films sont différents, et le prochain le sera aussi. Sachant qu'il faut près d'un an et demi pour réaliser un film, il faut faire preuve de nouveauté pour conserver élan et enthousiasme. Je suis passionné de cinéma et j'adore raconter mes propres histoires à ma manière. Une fois contaminé par le virus du cinéma, impossible de s'en défaire.

“Se procurer un DVD original doit être aussi facile que se procurer un DVD piraté. C’est le seul moyen que nous avons pour lutter contre le piratage.”

Je continue à m’instruire et ne cesse de regarder de grands films du monde entier. Je viens d’une très petite ville et j’ai été essentiellement imprégné de littérature indienne et des films de Satyajit Ray; ce sont les seuls films que mes parents m’autorisaient à regarder, rien d’autre. J’apprécie également beaucoup de pouvoir dialoguer avec des cinéastes à l’occasion de festivals internationaux – mais uniquement ceux au cours desquels mes films sont projetés, naturellement. Je m’intéresse à leur façon de travailler et de résoudre les problèmes auxquels ils se heurtent. C’est très motivant. Vous en ressortez en vous disant “s’ils y arrivent, pourquoi pas moi?”.

Vous considérez-vous avant tout scénariste ou réalisateur?

Je suis scénariste dans un premier temps, réalisateur dans un second temps. Tout scénariste se doit de maîtriser l’art du mensonge; or, j’ai toujours été un très bon menteur. C’est comme ça que j’ai débuté. J’écrivais des dizaines de nouvelles, ignorant laquelle me donnerait tout à coup l’idée d’un scénario.

En tant que réalisateur, je suis un touche-à-tout. Le cinéma est une forme d’expression artistique plurielle. Pour pouvoir réaliser un film, je dois faire appel à toutes les connaissances que j’ai pu accumuler, que ce soit en musique, en danse, en théâtre ou en interprétation. Parallèlement, je dois aussi me soucier du nombre d’entrées que mon film réalisera. Vous pouvez très bien faire preuve d’originalité sur le plan cinématographique mais ce qui importe au final, c’est que votre film soit bien classé au box-office.

Quels sont les ingrédients d’un film à grand succès?

Divertir est le mot-clé pour avoir du succès au box-office, surtout en Inde. Quel que soit son genre cinématographique, un film se doit d’être divertissant, exaltant et émouvant. Le spectateur doit être amené à éprouver des émotions, sinon il n’y a aucun intérêt à réaliser un film.

Quel est votre film préféré?

Je n’ai pas vraiment de film préféré, ça change constamment. Tous les types de films m’intéressent, mais *Casablanca* reste parmi mes favoris. ♦

L’industrie cinématographique indienne – Faits et chiffres

- L’Inde est le premier producteur de films au monde avec plus de 1200 films réalisés chaque année.
- Bollywood, l’industrie cinématographique indienne en langue hindi basée à Mumbai, produit plus de 200 films par an. Les autres films sont produits dans 25 langues régionales différentes. Outre Bollywood, on trouve également en Inde Kollywood (en langue tamoul/au Tamil Nadu), Tollywood (en telougou/ dans l’Andhra Pradesh) et Mollywood (en malayalam/dans le Kerala).
- En 2011, on estimait le poids de l’industrie cinématographique indienne à plus de 90 milliards de roupies indiennes; avec un taux de croissance annuel composé de 10,2%, ce poids devrait atteindre 150 milliards de roupies indiennes en 2016.
- Le cinéma indien représente 7% des recettes totales du box-office dans le monde.
- L’industrie cinématographique compte quelque 1,83 million d’employés en Inde.



photos : avec l’aimable autorisation des producteurs des films et du NFAL, préparées par la Direction des festivals de films du Ministère de l’information et de la radiodiffusion du Gouvernement indien.

Écrit et réalisé par Anurag Basu, *Barfi!* a été l’un des plus grands succès au box-office indien en 2012.



L'INDUSTRIE CINÉMATOGRAPHIQUE INDIENNE – QUELQUES JALONS

- 1913 *Raja Harishchandra*, produit et réalisé par Dadasaheb Phalke, marque les débuts de l'industrie cinématographique nationale.
- 1931 *Alam Ara* ("La lumière du monde"), produit par un réalisateur d'avant-garde, Ardeshir Irani, est le premier long-métrage indien parlant diffusé à Mumbai. D'autres films parlants font également leurs débuts dans différentes langues : en tamoul (*Kalidass*), en bengali (*Jarnai Sashti*) et en télougou (*Bhakta Prahlada*).
- 1935 Pour la première fois, le play-back est utilisé pour fournir les voix musicales d'acteurs de Bollywood dans *Dhoop Chhaon*, un film de Nitin Bose. Cette technique est encore largement utilisée dans le cinéma indien. La musique, une caractéristique du cinéma indien, constitue une très grande partie des recettes du film.
- 1937 Projection du premier film couleur indien, *Kisan Kanya*, produit par Ardeshir Irani. Les réalisateurs du film *Sant Tukaram*, Vishnupant Govind Damle et Sheikh Fattelal, sont récompensés au Festival du film de Venise.

L'âge d'or du cinéma indien : de la fin des années 40 aux années 60

- 1946 *Neecha Nagar*, de Ghetan Anand, décroche le prix du Meilleur film au Festival de Cannes.
- 1947 Le film de Gyan Mukherjee réalisé en 1943, *Kismet*, décroche le record de longévité de Calcutta où il reste à l'affiche d'un même cinéma pendant trois ans et demi.
- 1955 Sortie en salles de *Pather Panchali*, un classique réalisé par Satyajit Ray. Le film est sacré Meilleur film dans le cadre du prix du Festival national et remporte le prix du Meilleur document humain au Festival de Cannes.
- 1957 La Loi sur le droit d'auteur (Loi n° 14 de 1957) renforce et modifie la législation indienne sur le droit d'auteur et prévoit la création d'un Bureau du droit d'auteur, placé sous l'autorité du Service d'enregistrement du droit d'auteur et de la Commission du droit d'auteur, chargé de traiter des litiges relatifs au droit d'auteur.
- 1958 Sortie du film à grand spectacle *Mother India*, le premier long-métrage indien à être nommé aux Oscars dans la catégorie Meilleur film de langue étrangère.
- 1960 Création en Inde de l'Institut du film. Satyajit Ray remporte le Grand prix au Festival du film de Melbourne avec *Two Daughters* et son film *The World of Apu* est sacré Meilleur film étranger par le National Board of Review of Motion Pictures, aux États-Unis d'Amérique.

- 1962 Lancement de la société de production Merchant-Ivory productions, une collaboration entre le producteur indien Ismail Merchant et le réalisateur américain James Ivory.
- 1963 Création par le Gouvernement indien de l'Indian Motion Picture Export Corporation (IMPEC) chargée de favoriser l'expansion du cinéma indien.
- 1964 Création de la National Film Archive of India (les archives cinématographiques indiennes). Satyajit Ray remporte un premier Ours d'argent du Meilleur réalisateur au festival international du cinéma de Berlin pour *Mahanagar* puis un second Ours d'argent pour *Charulata*.

Les années 70 : l'essor du cinéma commercial

- Quatorze cultures cinématographiques distinctes voient le jour en Inde, dont Bollywood (en langue hindi). La popularité du cinéma indien gagne le monde entier, grâce essentiellement à une forte communauté d'expatriés, et son influence à l'échelle internationale ne cesse de croître.
- 1982 Le créateur de mode Bhanu Athaiya devient le premier Indien à être récompensé par un Oscar – celui de la Meilleure création de costumes – pour le film *Gandhi*.
- 1987 Sortie en salles du premier film de science-fiction indien, *Mr. India*, de Shekhar Kapoor.
- 1988 *Salaam Bombay!*, le film de Mira Nair, remporte la Caméra d'or au Festival de Cannes et est nommé pour l'Oscar du Meilleur film de langue étrangère.
- 1992 Satyajit Ray reçoit un Oscar d'honneur pour l'ensemble de sa carrière.
- 1995 Pour son premier film en tant que réalisateur, Aditya Chopra bat tous les records et fait de son film *Dilwale Dulhania Le Jayenge* le plus gros succès de toute l'histoire du cinéma indien.
- 1998 Salué par la critique, *Satya*, un film d'art et d'essai écrit par Anurag Kashyap et réalisé par Ram Gopal Varma, marque l'avènement du "Mumbai noir", un genre de films urbains proposant une réflexion sur les problèmes de société de la ville de Mumbai.

De 2000 à aujourd'hui

- Face à la popularité grandissante des films de Bollywood à l'échelle internationale, le cinéma indien se perfectionne en termes de qualité, de cinématographie, de scénarios innovants et de progrès techniques en matière d'effets spéciaux, d'animation, etc.
- 2001 Le gouvernement indien confère au secteur cinématographique le statut d'industrie, ce qui permet aux producteurs de films d'obtenir plus facilement des financements institutionnels.
- 2012 La loi (modificative) sur le droit d'auteur de 2012 étend la protection par le droit d'auteur aux interprètes, paroliers, compositeurs et musiciens.

Le maquis de brevets lié aux téléphones intelligents : UN ÉCHEVEAU INEXTRICABLE?

Jeffrey I. D. Lewis, président de l'Association américaine du droit de la propriété intellectuelle (AIPPI) et partenaire en gestion des litiges relatifs aux brevets chez Patterson Belknap Webb & Tyler LLP (New York), et Ryan M. Mott, associé chez Patterson Belknap Webb & Tyler LLP (New York)

Vous prenez votre téléphone intelligent aux bords incurvés (brevet américain n° D618 677), vous faites glisser votre doigt sur l'écran pour le déverrouiller (brevet américain n° 8 046 721), vérifiez les courriers électroniques transférés sur votre portable sans qu'aucune demande n'ait été transmise au serveur (brevet américain n° 6 272 333), puis saisissez un SMS en n'utilisant que quelques touches car votre téléphone complète automatiquement chaque mot que vous commencez à écrire (brevet américain n° 8 074 172). Eh bien vous savez quoi? Vous risquez d'être accusé de violation de ces brevets et de dizaines d'autres pour avoir utilisé des inventions sans autorisation valable, ce qui peut se produire que vous utilisiez un iPhone, un appareil de type Android, un autre téléphone intelligent voire même une technologie dont le nom reste à définir.

Si vous suivez l'actualité, vous savez qu'il n'y a pas un téléphone intelligent au monde qui n'ait été accusé d'atteinte à un brevet, ce qui peut être un sujet d'inquiétude. Mais ne craignez rien : ces conflits au sujet des téléphones intelligents font partie d'un cycle d'évolution de la technique dont il convient de ne pas surestimer la portée.

LA GUERRE DES TÉLÉPHONES INTELLIGENTS

La plupart d'entre nous avons été épargnés par les multiples tirs échangés au sujet des brevets sur les téléphones intelligents, tout au moins en ce qui concerne l'usage quotidien que nous en avons. C'est néanmoins une véritable guerre que se livrent les parties impliquées, des accusations d'atteinte à des brevets fusant régulièrement à l'encontre d'Apple, Samsung, Google, Research in Motion, Microsoft, Nokia, Motorola, HTC et d'autres. Or, toute accusation d'atteinte à un brevet s'accompagne de poursuites en justice.

Certains des belligérants en ont fait une affaire personnelle. Steve Jobs par exemple, le défunt fondateur d'Apple, a été souvent cité pour avoir déclaré que l'un des modèles de téléphone intelligent d'HTC constituait un "vol manifeste" de

fonctionnalités brevetées d'Apple, notamment les écrans tactiles multipoints, l'utilisation de plusieurs jeux de caractères au moment de l'envoi de messages et la fameuse fonctionnalité "glisser pour déverrouiller". "Je dépenserai jusqu'au dernier penny des 40 milliards que nous avons en banque pour avoir gain de cause. Je détruirai Android parce que c'est un produit volé. Je vais lancer une guerre thermonucléaire", avait déclaré Steve Jobs.

Bien sûr, un téléphone intelligent ne saurait se résumer à une simple fonctionnalité de type "glisser pour déverrouiller" : c'est un ensemble de composantes technologiques. Or, quiconque a apporté l'une de ces composantes, ou tout du moins détient un brevet sur l'une de ces composantes, se bat pour obtenir une part du gigantesque marché que représentent les téléphones intelligents en engageant des poursuites à l'encontre de tout détenteur de produit type téléphone intelligent.

Chaque titulaire de brevet détient un droit exclusif sur une ou plusieurs fonctionnalités du téléphone intelligent et peut de ce fait empêcher un tiers de fabriquer le téléphone dans son intégralité. Au fur et à mesure de l'augmentation du nombre d'acteurs et de fonctionnalités sous brevet, les coûts de transaction liés à l'assemblage d'un téléphone intelligent "entièrement autorisé sous licence" se font de plus en plus pesants, le fabricant ayant à négocier avec le titulaire de chaque fonctionnalité ou de chaque composante sous brevet. La figure 1 donne une représentation visuelle des seules poursuites ayant trait à des brevets sur téléphones intelligents, sans tenir compte par exemple des différents accords de licence dévoilés au public et d'autres arrangements.

UN MAQUIS DE BREVETS

Dans le milieu des brevets, on emploie parfois l'expression "maquis de brevets". La figure 1 évoque effectivement un "maquis" ou, en d'autres termes, un enchevêtrement de branches et de broussailles.

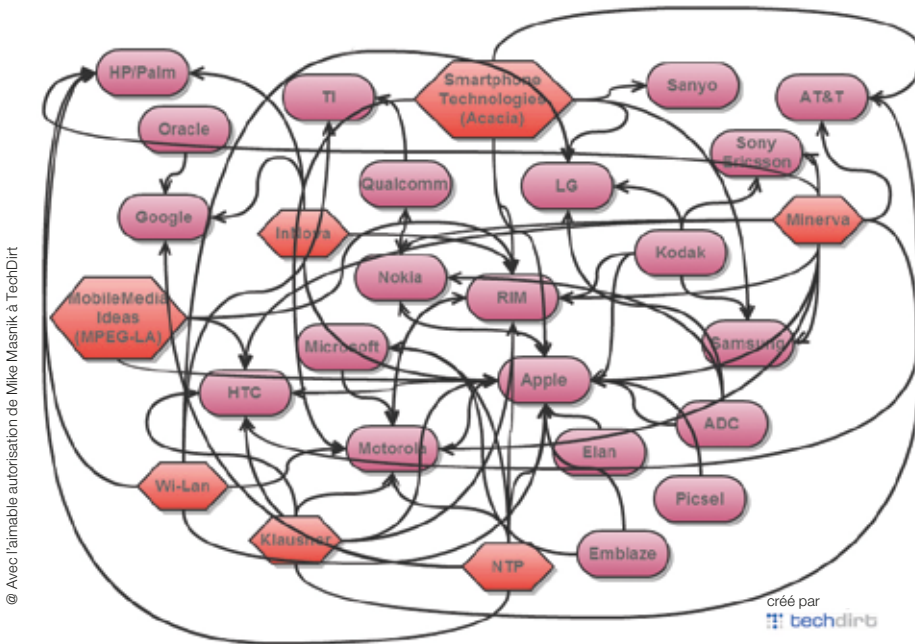


Figure 1. Parties actuellement impliquées dans des poursuites à l'intérieur du maquis de brevets lié aux téléphones intelligents.

Le chevauchement et la ramification des droits de propriété intellectuelle rattachés aux téléphones intelligents poussent certains détracteurs à affirmer que le système des brevets ne fonctionne pas et n'est pas adapté à notre époque. Ils prétendent que l'accumulation des brevets entrave l'innovation, et parfois même la bloque. Or, l'histoire les contredit.

Comme l'écrivait George Santayana, philosophe et écrivain espagnol du XIXe siècle, "ceux qui ne peuvent se rappeler le passé sont condamnés à le répéter". Cette citation est particulièrement pertinente s'agissant de tous ceux qui soutiennent que la guerre des téléphones intelligents est le signe évident d'un effondrement du monde des brevets.

LES BREVETS SELON UNE PERSPECTIVE HISTORIQUE

La bonne nouvelle, c'est que le monde des brevets ne s'effondre pas. Ce n'est pas la première fois que se produit une telle accumulation de brevets et ce n'est pas non plus la première fois que l'on s'inquiète de la paralysie de l'innovation technologique qu'elle provoque. Avec le temps, l'écheveau des brevets finit par être démêlé, soit grâce à une coopération fondée sur les brevets (sous forme d'octroi de licences), soit grâce à la concurrence (au moyen de poursuites judiciaires). Dans un cas comme dans l'autre, l'innovation suit son cours. Ainsi, la commercialisation des téléphones intelligents se poursuivra (jusqu'à l'apparition de la nouveauté suivante) et des progrès continueront à être réalisés sans entrave.

Plusieurs précédents au fil de l'histoire montrent que des maquis de brevets se sont effectivement formés avant de disparaître tandis que l'innovation suivait son cours. Ce fut par exemple le cas pour les industries de l'aéronautique, de la radio et de l'ensemencement de cultures (grâce à la herse), ou encore pour les formats MPEG ou les DVD. Un rapide examen du maquis de brevets qui se forma suite à la "guerre des machines à coudre" qui sévit au XIXe siècle, telle que décrite en détail par Adam Mossoff dans son ouvrage *The Rise and Fall of the First American Patent Thicket: The Sewing Machine War of the 1850s* (53 ARIZ. LAW. REV. 165, 171 (2009)), montre qu'il n'y a aucune raison de dramatiser la situation s'agissant des téléphones intelligents.



@ Andrea Zanchi



Photos : istockphoto @ TommL

Au XIXe siècle, la machine présentait un caractère aussi révolutionnaire qu'un téléphone intelligent aujourd'hui et fut au cœur d'une bataille juridique semblable à la guerre ouverte que se livrent actuellement les concepteurs de téléphones intelligents.

En ce début 2013, on pourrait penser que la modeste machine à coudre n'est pas un produit suffisamment à la pointe de la technologie pour donner lieu à une accumulation de brevets, mais au XIXe siècle, cette invention présentait un caractère aussi révolutionnaire qu'un téléphone intelligent ou un médicament de haute technologie aujourd'hui. Il fallut ainsi près de 10 ans à plusieurs inventeurs pour donner naissance à la machine à coudre.

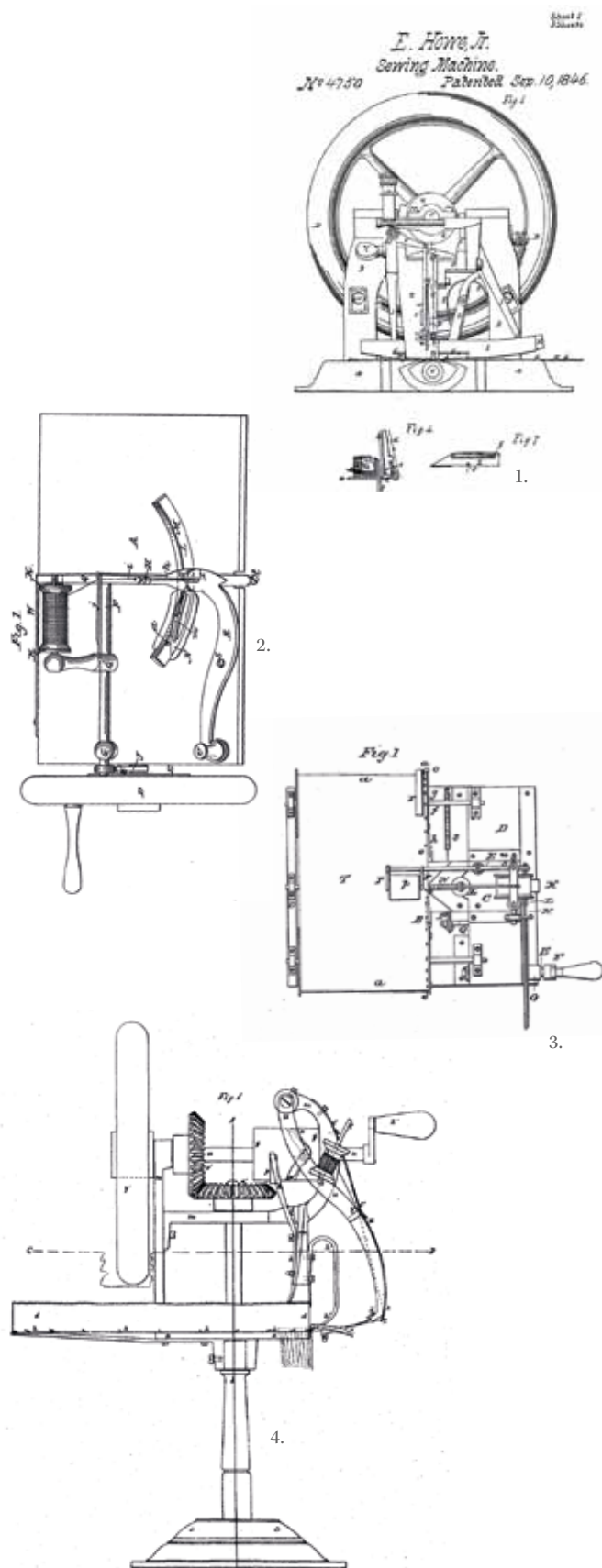
LA GUERRE DES MACHINES À COUDRE

La technique de la machine à coudre compte parmi les principaux acteurs de son développement :

- Elias Howe, Jr. : inventeur d'une aiguille à chas permettant de créer un point de chaînette à l'aide d'un deuxième fil sur une navette (brevet américain n° 4750);
- John Bachelder : il ajoute une table pour maintenir le tissu à l'horizontale, une aiguille à chas à mouvement alternatif et un dispositif d'alimentation permettant de déplacer le tissu à travers la machine à coudre (brevet américain n° RE188);
- Sherburne C. Blodgett : il invente une navette à mouvement rotatif qui porte le deuxième fil et permet de créer un point de chaînette (brevet américain n° 7776); et
- Allen B. Wilson : il crée une machine à coudre plus légère et plus simple d'utilisation à domicile (brevet américain n° 6439), contrairement aux machines industrielles déjà conçues.

C'est néanmoins Isaac Merritt Singer qui va commencer à tirer un avantage commercial de l'invention en combinant les éléments précédemment mis au point à de nouvelles fonctions, comme les pédales de contrôle.

Il va ainsi créer et fabriquer la fameuse machine à coudre Singer (brevet américain n° 8294). Néanmoins, à peine sa société commence-t-elle à dégager des bénéfices qu'il est poursuivi en justice par Elias Howe (comparable à l'époque à une "personne morale sans activité", à savoir une personne physique ou morale titulaire de droits de brevets mais qui ne fabrique pas le produit breveté et n'applique pas non plus le procédé sous brevet); il réclame le paiement d'une redevance d'un montant de 2000 dollars des É.-U. M. Singer réagit en menaçant de le jeter dans les escaliers. "Howe est un parfait charlatan", s'exclame-t-il. "Il sait très bien qu'il n'a jamais inventé quoi que ce soit d'intéressant." (S'il n'utilise pas les mêmes termes, M. Singer exprime un sentiment très proche de celui qu'allait éprouver Steve Jobs quelque 150 années plus tard.) MM. Singer et Howe convinrent finalement du versement d'une redevance. En fait, M. Howe concéda également des licences à d'autres fabricants de machines à coudre et perçut par la suite plus de 2 millions de dollars des É.-U. à titre de redevances (soit l'équivalent d'environ 30 millions de dollars des É.-U. actuels). Parallèlement, la société de M. Singer se trouva rapidement impliquée dans plus de 20 procès intentés à son encontre par plusieurs titulaires de brevets dans quatre



1. La machine à coudre Howe, brevet américain n° 4750
2. La machine à coudre Blodgett, brevet américain n° RE188
3. La machine à coudre Bachelder, brevet américain n° 6439
4. La machine à coudre Wilson, brevet américain n° 7776

juridictions différentes; elle poursuit elle aussi des concurrents en justice. Chaque partie revendiquait un droit sur un ou plusieurs éléments brevetés de la machine à coudre mise sur le marché mais aucune ne pouvait présenter une revendication de brevet sur l'ensemble de la machine. En d'autres termes, un maquis de brevets s'était formé.

À une époque où les machines à écrire n'existaient pas encore, et encore moins les imprimantes à grande vitesse, plus de 30 000 pages de témoignages furent recueillis au fil des multiples procès. Face à la charge financière du litige, d'aucuns se demandèrent si la machine à coudre avait des chances de réussir sur le plan commercial et un historien contemporain explique qu'à l'époque "les incessantes procédures engagées au sujet de droits de brevets concurrents [sur la machine à écrire] semblaient destinés à ruiner l'économie de cette nouvelle industrie".

LA COMMUNAUTÉ DE BREVETS

À la veille d'un important procès qui devait inverser le cours de la guerre des machines à écrire, l'avocat Orlando B. Potter eut une idée révolutionnaire. Il proposa à tous les fabricants de machines à coudre de mettre en commun tous leurs droits de brevet et de les concéder sous licence dans le cadre d'une association commerciale. Cette association, la "Sewing Machine Combination", encouragea l'octroi de licences croisées entre les différents concurrents et créa une communauté de brevets habilitée à délivrer des licences ou à saisir les tribunaux. En laissant de côté leurs dissensions et en mettant en commun leurs droits de brevet respectifs, les parties prenantes réussirent à surmonter le problème de l'accumulation des brevets. Pour autant, cela ne se fit pas en un jour et il fallut attendre que les parties se lassent de lutter et d'engager des frais énormes pour parvenir à cette solution.

Pendant toute la durée de ces litiges, le ciel ne s'est pas écroulé et l'industrie de la machine à coudre ne s'est pas non plus effondrée. Avec le recul, nul ne pourrait prétendre que l'arrivée de vêtements bon marché cousus à la machine ou la généralisation de l'utilisation de la machine à coudre furent entravées par des revendications de droits de brevet dressant MM. Howe, Bachelder, Blodgett, Wilson et Singer les uns contre les autres ou contre les différentes entreprises qui tentaient de lancer ces machines. Ainsi, l'étude de ce cas se révèle pertinente s'agissant de notre réflexion sur la guerre des téléphones intelligents qui sévit actuellement.

LES ÉVENTUELLES GUERRES DES BREVETS À VENIR

Nul ne peut contester que l'actuelle accumulation de brevets liée aux téléphones intelligents se caractérise par un enchevêtrement inextricable de brevets et de poursuites en justice. Jamais un si grand nombre de parties, de brevets, de capitaux et de consommateurs n'avait été impliqué. Or, bien que la fabrication d'un téléphone intelligent s'appuie sur davantage de

brevets que celle d'une machine à coudre, la vague de procès en cours ne semble pas avoir empêché l'essor des téléphones intelligents, pas plus que la production des machines à coudre n'avait été entravée par les conflits juridiques dont elles faisaient l'objet au XIXe siècle.

Certains ont profité de la guerre des téléphones intelligents pour prétendre que les brevets litigieux sont pour la plupart non valables ou concernent des avancées sans importance; or, une récente étude de l'Office des brevets et des marques des États-Unis d'Amérique (USPTO) dément ces affirmations. M. David Kappos, directeur de l'USPTO, a ainsi indiqué en novembre 2012 que selon une étude interne de l'USPTO, les tribunaux ont conclu que plus de 80% des brevets délivrés sur les téléphones intelligents étaient valables. Il y voit un signe positif qui démontre que le système des brevets est bien en phase avec l'innovation et que la situation actuelle concernant les brevets sur les téléphones intelligents est "à la fois naturelle et logique".

Il se peut que démêler l'écheveau des brevets liés aux téléphones intelligents prenne encore du temps. Il se peut également que, dans le futur, nous soyons confrontés à de nouveaux maquis de brevets dans les domaines de la biotechnologie, de la nanotechnologie, des réseaux sociaux, de la gestion des droits numériques, de l'identification par radiofréquence, voire même des traitements contre la maladie d'Alzheimer. Il semble que toute grande avancée technologique s'accompagne d'une accumulation de brevets, comme s'il s'agissait d'une étape incontournable pour atteindre l'équilibre du marché.

En ce qui concerne les téléphones intelligents, nul ne peut dire à l'avance quand les litiges prendront fin ni s'il s'agit d'une condition requise pour progresser. Selon une récente table ronde organisée à l'Union internationale des télécommunications (UIT) à Genève, une trêve pourrait bien survenir. Un peu plus d'un mois après la tenue de cette table ronde, Apple et HTC ont ainsi réglé les litiges qui les opposaient en matière de brevets, ce qui aurait apparemment mis un terme à la "guerre thermonucléaire" (comme Steve Jobs la qualifiait) qu'ils se livraient.

Quelle que soit l'issue de la situation, l'histoire enseigne qu'une invention est rarement le fruit d'un "coup de génie" mais plutôt d'une succession d'innovations. Il convient donc de ne pas considérer un maquis de brevets comme un frein à l'innovation mais plutôt comme une étape du progrès et une constituante naturelle de l'évolution d'un produit complexe, commercialisable et à grand succès. L'accumulation de brevets qui caractérise actuellement les téléphones intelligents en est une illustration. Peu à peu, les problèmes finiront par se résoudre; dans l'intervalle, les avancées technologiques se poursuivront et le monde des brevets ne s'effondrera pas. ♦

L'ART À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE :

la société japonaise teamLab ouvre de nouvelles perspectives

*Jonah Asher,
bureau de l'OMPI
au Japon*



Photo : teamLab-Hanger teamLab, 2010 - Interactive Hanger

Plan rapproché de la fresque numérique de 40 mètres de long installée par teamLab à l'entrée du TOKYO SKYTREE®.

Le monde de l'art prend le virage du numérique. Alors que les frontières entre art et technique tendent à s'estomper, la société japonaise teamLab ouvre de nouvelles perspectives et crée de nouvelles tendances en matière d'expression artistique numérique. D'un diamètre de 40 mètres, la stupéfiante fresque numérique conçue par cette agence accueille les visiteurs d'une des plus hautes tours du monde, le TOKYO SKYTREE®, qui culmine à 634 mètres (voir ci-dessus), témoin de ses créations avant-gardistes. Jonah Asher, membre du bureau de l'OMPI au Japon, s'est rendu dans les locaux de teamLab pour en savoir plus sur cette société et ses réalisations.

Fondée en 2001 par Toshiyuki Inoko, teamLab réunit quelque 300 collaborateurs issus de différents milieux de la création et de la technique et se qualifiant eux-mêmes d'"ultratechnologues". Le siège de la société, qui occupe quatre étages en plein centre de Tokyo, est sans aucun doute à l'origine des tendances les plus en vogue et des créations artistiques les plus innovantes du Japon.

Futuristes, les installations d'art numérique de teamLab mêlent l'art à la technologie et offrent au spectateur une étonnante

expérience visuelle à nulle autre pareille. Avec une trentaine de projets simultanément à l'étude, la palette créative de la société est aussi variée que chamarrée, englobant pêle-mêle animation, son, représentation, Internet, mode et conception.

UNE NOUVELLE RÉALITÉ À LA POINTE DE LA TECHNOLOGIE

Lorsque je me suis rendu au siège de teamLab pour y rencontrer le fondateur de la société, Toshiyuki Inoko, et ses collègues, je me suis trouvé nez à nez avec une toute nouvelle réalité des plus captivantes. Les photos et les coordonnées des employés défilaient sur un large écran plat aux couleurs vives utilisant le logiciel exclusif de teamLab, Face Touch. J'ai alors sélectionné la photo de mon interlocutrice, Mme Yukari Mori, et après deux ou trois glissements de doigts, nous avons été connectés au moyen d'un flux vidéo en direct. Quelques instants plus tard, elle me saluait en personne et me faisait pénétrer dans un lieu trépidant, regorgeant de créativité, de technologie et de conception enfiévrée.

LA GENÈSE

Au milieu des années 90, alors que Toshiyuki Inoko était étudiant en ingénierie à l'université de Tokyo, il prit conscience que l'avenir serait numérique. Tandis qu'à l'époque toute l'attention se concentrait sur la mise au point de cette technologie proprement dite, M. Inoko s'intéressa à la façon de combiner art numérique et technologie pour donner naissance à de nouveaux biens culturels. Ses idées se concrétisèrent quelques années plus tard, en école supérieure, lorsqu'il commença à réunir régulièrement un groupe d'amis pour échanger des idées novatrices. Si créer une entreprise n'était pas un objectif premier à l'époque, ces rencontres formèrent le creuset de ce qui allait bientôt devenir teamLab.

Depuis sa création en mars 2001, teamLab a toujours été à la pointe de l'industrie de l'art numérique, s'associant à des galeries, des festivals artistiques et d'autres partenaires du monde entier pour façonner tout un éventail d'œuvres fascinantes.





UNE DÉMARCHE OUVERTE ET CONCERTÉE

“Au début d’un nouveau projet, nous avons une idée générale de ce vers quoi nous tendons,” explique M. Inoko. “En même temps, nous nous défions les uns les autres en nous posant des questions sur le projet jusqu’à ce que nous ne trouvions plus de réponse. Nous sommes alors contraints de voir les choses sous un autre angle, ce qui peut nous conduire à un résultat très différent de ce que nous avons initialement imaginé.”

Comme l’explique M. Inoko, c’est exactement ce qui s’est passé avec le projet TOKYO SKYTREE. Ce qui ne devait être au départ qu’une simple signalétique numérique s’est transformé en une formidable et pittoresque fresque numérique de 40 mètres d’envergure – prélude judicieux aux vues saisissantes qui attendent le visiteur depuis les plates-formes d’observation installées près du sommet de la tour.

UN RAPPEL DE L’ART TRADITIONNEL JAPONAIS

Inspirée de styles artistiques traditionnels du Japon, l’installation murale mêle habilement illustrations dessinées à la main et médias numériques pour créer une époustouflante vue d’ensemble de la ville de Tokyo, passée et présente, dans toute sa profondeur et sa complexité. L’œuvre a la taille de Godzilla et la minutie de la chapelle Sixtine.

Cette fresque s’appuie sur trois styles artistiques traditionnels du Japon :

- *ukiyo-e* – type d’estampe très apprécié du XVIIIe au XXe siècles;
- *rakuchurakugaizu* – genre d’estampe représentant des scènes détaillées de l’ancienne capitale du Japon, Kyoto; et
- *edozyoubu* – paravent représentant des scènes d’Edo, ancien nom de Tokyo.

On perçoit l’influence de la technique de l’estampe *ukiyo-e* sur l’ensemble de la fresque, depuis la foule qui envahit les rues jusqu’aux trains, bus, voitures et bateaux qui parcourent la ville. “La fresque est imprégnée de thèmes à la fois historiques et contemporains”, explique Adam Booth, directeur artistique en chef de teamLab. “Nous avions à l’idée de représenter une sorte d’*ukiyo-e*, et à l’aide des technologies numériques, nous en avons donné une version moderne.”

Pour donner de la perspective et une notion d’espace, les créateurs de teamLab ont superposé les multiples détails de la fresque – personnages, bâtiments, véhicules, arbres, parcs, lieux sacrés, temples, etc. – en utilisant les techniques traditionnelles de l’*edozyoubu*. Les différents niveaux représentent, avec une précision étonnante, les grands sites de Tokyo, faisant passer le spectateur de la sérénité du Mont Fuji au dynamisme du quartier à la mode de Shibuya.

“Dans la peinture japonaise, la tradition veut que l’on représente des vues d’ensemble”, ajoute M. Booth. “Notre objectif était de créer une représentation visuelle si riche qu’il serait impossible d’en saisir tous les éléments à la fois. En recourant à la technologie, nous avons pu créer une œuvre que des dizaines de personnes auraient mis des années à réaliser.”

“Notre perception de l’espace, notre orientation spatiale est très différente de celle des cultures occidentales”, explique M. Inoko. “À l’extérieur du Japon, on pourrait croire que notre perception du monde se fait par couches successives mais aux yeux des habitants et des artistes du Japon ancien, ces couches étaient une expression logique du monde qui les entourait. Dans l’art traditionnel japonais, il n’y a pas de perspective centrale. Le monde est vu latéralement. Lorsque le spectateur se déplace le long de l’œuvre d’art, il plonge dans le monde évoqué sous ses yeux et le perçoit de l’intérieur vers l’extérieur. Lors de la réalisation de la fresque du TOKYO SKYTREE, nous nous sommes inspirés de ce concept pour donner naissance à une œuvre visuelle plus vaste, numérique, au pouvoir envoûtant.”



Photos : teamLabHanger teamLab, 2010 - Interactive Hanger

Plan large de la fresque numérique de 40 mètres de long conçue par teamLab, mêlant illustrations dessinées à la main et médias numériques pour créer une époustouflante vue d'ensemble de la ville de Tokyo.

Le cintre teamLabHanger rend le shopping interactif. Dès qu'un client décroche un cintre de son portant, un signal est transmis à un écran tout proche qui affiche différentes photos du vêtement.

En incorporant ces thèmes traditionnels dans la fresque grâce aux techniques modernes, les créateurs de teamLab nous donnent une étonnante interprétation de Tokyo, à la fois statique et dynamique, haute en couleur et d'une infinie précision.

LA RÉALISATION DE L'INSTALLATION MURALE

Donner corps à cette fresque extraordinaire ne fut pas un mince exploit. Il fallut deux ans de travail à une équipe de 16 artistes et animateurs pour saisir toute la complexité de la ville de Tokyo et la représenter dans ses moindres détails à l'intérieur d'une œuvre multidimensionnelle néanmoins homogène.

Les créateurs de teamLab commencèrent par prendre des photos très précises des innombrables coins de rue de la ville pour saisir toute la diversité et le caractère pittoresque du paysage urbain tokyoïte. En s'appuyant sur ces images, ils recréèrent la métropole au moyen de dessins minutieux, section après section, en s'aidant de cartes pour être les plus exacts possible. Au final, ils obtinrent une vue panoramique extrêmement précise de la ville de Tokyo qui restitue toute la complexité et le caractère pittoresque de cette métropole.

Pour surprendre et ravir le spectateur, des émoticônes, très populaires au Japon, et d'autres bizarreries visuelles (un édifice tordu, un samouraï ou la patte gigantesque d'un monstre mythique) ont été intégrés de-ci de-là sur la fresque.

Opérer la jonction entre les scènes en mouvement et les panneaux statiques formant l'installation fut l'une des plus grandes difficultés auxquelles se heurta la réalisation du projet. "Le moindre dessin avait été fait au crayon, à la main. Chaque trait de crayon représentant à peine un pixel environ, réunir ces traits de manière homogène de sorte que la route se poursuive d'un moniteur à l'autre et que l'affichage reste continu demanda énormément de dextérité. Un simple décalage aurait suffi pour anéantir l'ensemble de la fresque", explique M. Booth. "Je ne suis pas sûr qu'une telle prouesse ait déjà été réalisée."

LA QUESTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

À l'image de plusieurs autres créations de teamLab, "en tant qu'œuvre d'art originale, la fresque est protégée au titre du droit d'auteur", indique M. Kenko Mizumoto, de la division Catalyst de la société. "Désireux de faire découvrir notre fresque au reste du monde, nous avons conclu des accords de licence avec différentes entreprises pour réaliser des souvenirs de l'installation murale qui sont déjà proposés à la vente."

La propriété intellectuelle est un élément important de la stratégie commerciale de teamLab. Elle confère une protection à une grande partie du portefeuille de créations numériques de la société, lequel est aussi diversifié qu'éclectique. En sa qualité de titulaire de droits de propriété intellectuelle rattachés à ses œuvres, teamLab tire parti de la valeur commerciale de son activité créatrice en passant des accords de licence qui constituent une importante source de revenus. "La protection au titre du droit d'auteur est une bonne chose. Elle nous permet de faire connaître nos œuvres originales et, dans le même temps, d'assurer la réussite commerciale de notre entreprise", explique M. Daisuke Sakai, directeur et cofondateur de teamLab.

"Les images sont faites pour être réutilisées. D'une certaine façon, c'est aussi une forme de publicité", déclare M. Booth. "Je conçois l'art comme quelque chose de vivant dont il est possible de s'inspirer pour créer autre chose", indique-t-il, "mais naturellement, il n'est pas correct de s'emparer d'un tirage haute définition créé par un tiers et de s'en déclarer l'auteur".

"La concession de licences de droit d'auteur est un élément clé de la réussite commerciale d'une entreprise", affirme M. Inoko, "surtout lorsque vous travaillez dans un secteur fondé sur le virtuel".

Le portefeuille d'actifs de propriété intellectuelle de teamLab ne se limite pas au seul droit d'auteur qu'elle détient sur ses œuvres numériques et sur son logiciel exclusif. La société est également titulaire de plusieurs brevets pour des innovations comme le ballon teamLabBall ou un appareil permettant l'affichage graphique d'informations provenant de sources multiples de manière simultanée et en un même lieu. Elle détient aussi un brevet sur un dispositif d'imagerie (commercialisé sous le nom de "caméra à distance") visant à donner une mesure numérique des distances et qui fait actuellement l'objet d'une demande internationale selon le Traité de coopération en matière de brevets (PCT) de l'OMPI (PCT/JP2011/069316). teamLab a par ailleurs plusieurs autres demandes de brevet en instance, dont une pour le cintre baptisé teamLabHanger.

Si M. Inoko juge que "les brevets sont une bonne chose" dans le sens où ils garantissent une sorte de "recours judiciaire", les coûts liés à l'obtention et au respect de droits de brevet n'en restent pas moins très élevés et demeurent un sujet de préoccupation pour une petite société comme teamLab.

À L'ORÉE DE LA CRÉATIVITÉ

La palette exceptionnelle de créations avant-gardistes de teamLab donne un aperçu des nouvelles formes d'expression artistique qui pourraient naître de l'ère de l'information et montre qu'"il est possible de créer de la valeur et d'éveiller l'attention en utilisant de manière astucieuse des applications techniques et de modélisation", déclare M. Inoko.

"Quelle que soit sa culture, je suis persuadé que chacun d'entre nous recèle une extraordinaire capacité à repousser ses propres limites", affirme M. Inoko. "Si le numérique peut nous servir à mettre en avant et renforcer les atouts de notre culture pour créer de nouvelles émotions ou un nouveau mode d'expression, je crois que ce sera quelque chose de fabuleux." Forte de cette ambition et de cette vision créatrice, la société teamLab voit s'ouvrir devant elle un champ de possibilités infini. ♦

A group of five children, likely from a rural Indian community, are sitting together outdoors. They are dressed in traditional, colorful clothing. The children are smiling and looking towards the camera. The background shows some green foliage and dry ground. The text is overlaid on the top left of the image.

ORIENTER LA RECHERCHE

sur les maladies
tropicales négligées

Catherine Jewell,

Division des communications de l'OMPI

L'initiative WIPO Re:Search est une plate-forme ouverte de recherche en innovation, qui vise à orienter la recherche en faveur de la mise au point d'outils diagnostiques, de vaccins et de médicaments permettant de traiter les maladies tropicales négligées (MTN), le paludisme et la tuberculose. Depuis son lancement en octobre 2011, WIPO Re:Search a plus que doublé le nombre de ses membres et a conclu 11 accords de recherche, beaucoup d'autres étant en préparation. Dans le présent article, les partenaires de WIPO Re:Search expliquent au Magazine de l'OMPI la raison pour laquelle cette initiative suscite un tel intérêt.

LES DIMENSIONS DU DÉFI

Les maladies tropicales négligées, le paludisme et la tuberculose sont des maladies complexes qui touchent des millions de personnes parmi les plus déshéritées du monde. L'absence d'une innovation fondée sur le marché, imputable à la faiblesse du pouvoir d'achat des malades, fait obstacle aux efforts déployés pour mettre au point des traitements plus sûrs et plus efficaces contre ces maladies. WIPO Re:Search, un consortium dirigé par l'OMPI en collaboration avec BIO Ventures for Global Health (BVGH), regroupe des sociétés pharmaceutiques, des instituts de recherche et des universités de premier plan en vue d'accélérer la recherche et développement sur des traitements plus efficaces de ces maladies.

Par le biais de WIPO Re:Search, les membres partagent avec le secteur mondial de la santé leur précieux savoir-faire et leurs précieuses connaissances en matière de propriété intellectuelle dans le but de favoriser les programmes de recherche et développement sur les MTN au moyen de conditions de licence minimales. "Pour partager leurs recherches, leurs données et leurs innovations, les entreprises ont besoin d'un cadre sûr. Le système de la propriété intellectuelle offre ce cadre et contribue à la mise en place de plusieurs collaborations entre le secteur industriel, les universités et les instituts de recherche", relève Francis Gurry, Directeur général de l'OMPI.

LES PRINCIPAUX ÉLÉMENTS MOTEURS

Avec 11 accords de collaboration déjà conclus et plusieurs autres en vue, les perspectives de changements réels dans le traitement de ces maladies sont prometteuses. BVGH, qui administre le centre de partenariat de WIPO Re:Search, joue un rôle essentiel dans l'identification des possibilités de partenariat, la correspon-

Les maladies tropicales négligées telles que la malaria et la tuberculose touchent des millions de personnes parmi les plus défavorisées dans le monde. L'absence d'une innovation stimulée par les besoins du marché fait obstacle aux efforts déployés pour mettre au point des traitements plus sûrs et plus efficaces contre ces maladies.



WIPO Re:Search comprend trois éléments :

- Une base de données mondiale entièrement consultable contenant des renseignements sur les actifs de propriété intellectuelle, les informations et les ressources disponibles (www.wipoReSearch.org);
- Un centre de partenariat destiné à recenser et à favoriser les possibilités de partenariat intéressantes;
- Des services d'appui destinés à faciliter la négociation d'accords de licence et à définir les besoins en matière de recherche, ainsi que les possibilités de financement, avec le soutien technique de l'Organisation mondiale de la santé (OMS).



Photo : istockphoto @ emre ogan

dance entre ressources disponibles et besoins en matière de recherche, et la mise en relation des partenaires potentiels. “Notre rôle est de fournir un cadre à la participation des entreprises du secteur qui s'accorde à leurs priorités économiques”, explique Jennifer Dent, présidente de BVGH. “Dans tout autre cadre, il serait extrêmement difficile d'amener le secteur privé à investir dans la recherche de produits permettant de prévenir ou de traiter ces maladies, tout simplement parce que ceux-ci ne présentent aucun intérêt commercial.”

Alors que le taux de croissance des marchés pharmaceutiques traditionnels en Amérique du Nord et en Europe ne progresse plus, les sociétés pharmaceutiques cherchent à étendre leurs activités aux marchés en développement qui offrent un potentiel de croissance plus élevé. “Cette situation nous donne la possibilité d'amener les entreprises à participer à des initiatives sociales comme WIPO Re:Search. Les sociétés veulent pénétrer sur ces marchés et prendre une longueur d'avance dans l'instauration de la confiance

des consommateurs, en tant que partenaires ayant fait leurs preuves”, fait observer Mme Dent. “WIPO Re:Search met à leur disposition une plate-forme simple et leur offre une possibilité de participation organisée.”

AU POINT DE VUE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

WIPO Re:Search permet aux entreprises de partager leurs actifs de propriété intellectuelle à des fins de recherche non commerciale, tout en protégeant leurs intérêts commerciaux. “AstraZeneca, comme d'autres sociétés pharmaceutiques, dispose de grandes quantités d'actifs que nous n'exploitons pas commercialement à l'heure actuelle”, explique Kevin Pritchard, Science Policy Enablement Lead (responsable du développement de la politique scientifique) chez AstraZeneca. “Nous avons compris l'importance de ces actifs pour les chercheurs, et nous les mettons à disposition pour des projets de bonne qualité dans le cadre d'accords appropriés. Les principes directeurs de WIPO Re:Search nous fournissent une base solide pour ce faire.”

AstraZeneca a mis à disposition l'ensemble de son portefeuille de brevets via WIPO Re:Search. “Si l'essentiel de nos actifs de propriété intellectuelle se rapportent à des produits que nous souhaitons commercialiser, d'autres peuvent ne pas être actuellement exploités. En tout état de cause, nous examinons en permanence les projets antérieurs et cherchons constamment à revoir nos actifs. Nous conservons un certain contrôle grâce à ces partenariats, de sorte que nous savons que nous pouvons, si nous le souhaitons, continuer d'utiliser ces actifs à des fins commerciales, tout en laissant la possibilité à d'autres de les exploiter à des fins non commerciales”, indique M. Pritchard.

L'UTILISATION DES ACTIFS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE À D'AUTRES FINS

WIPO Re:Search permet d'utiliser les actifs de propriété intellectuelle à d'autres fins. De nombreux composés et recherches connexes mis à disposition par l'intermédiaire de cette plate-forme peuvent ne pas avoir été testés ou étudiés pour le traitement des MTN, du paludisme et de la tuberculose, et peuvent offrir des solutions susceptibles de faire progresser les travaux des scientifiques sur ces maladies.

“Les partenariats sont d'une importance absolument déterminante pour avancer dans cette branche, et la répartition des coûts de la recherche non commerciale est essentielle”, souligne M. Pritchard. “WIPO Re:Search constitue un moyen d'utiliser nos actifs de propriété intellectuelle ainsi que l'ensemble de nos compétences pharmaceutiques pour aider à la mise au point de nouveaux médicaments contre les maladies tropicales négligées – quand bien même ces derniers ne feraient pas partie de nos projets commerciaux à l'étude. Ceci, pour nous, représente un puissant facteur de motivation.”



L'OCTROI DE LICENCES SANS REDEVANCE

Conformément aux principes directeurs de WIPO Re:Search (un cadre de référence pour la concession de licences sur des actifs de propriété intellectuelle qui contribue à réduire le coût des transactions), les membres s'engagent à mettre actifs de propriété intellectuelle et savoir-faire à la disposition de chercheurs qualifiés travaillant sur les MTN, le paludisme et la tuberculose, sans redevance de licence. Tous les produits issus de cette recherche seront également exempts de redevances à la vente dans les pays les moins avancés. "La souplesse de cette approche offre de grandes possibilités d'établir de multiples partenariats fructueux", fait observer M. Pritchard.

UNE VICTOIRE SUR TOUTE LA LIGNE

"WIPO Re:Search profite à tous", déclare M. Dennis Liotta, professeur de chimie à l'Université Emory, auteur de multiples brevets et l'inventeur de deux médicaments de première ligne contre le VIH/sida. WIPO Re:Search est bénéfique pour la santé mondiale, en ce que les partenariats qu'il crée sont susceptibles d'accélérer la recherche sur ces maladies. "Ces partenariats génèrent des gains d'efficacité dans la mise au point de médicaments, vaccins ou diagnostics envisageables", signale-t-il.

Ce consortium est bénéfique du point de vue de l'industrie, puisqu'il permet de développer des compétences en interne autour des MTN, du paludisme et de la tuberculose qui, à mesure que la géographie des maladies évolue, pourraient un jour présenter un intérêt commercial. "Les débouchés commerciaux resteront faibles pour ce qui est de certaines maladies tropicales négligées, mais plusieurs d'entre elles pourraient devenir rentables sur le plan commercial, au moment où des maladies comme la dengue – que nous pensions circonscrites aux pays en développement – deviennent endémiques dans les pays développés", estime M. Liotta.

"Les sociétés qui participent à WIPO Re:Search peuvent se positionner de manière à exploiter ces possibilités, étant donné qu'elles auront accès aux connaissances scientifiques permettant de mettre au point des traitements dans ces domaines", explique-t-il. Mis à part les avantages commerciaux à plus ou moins longue échéance, la participation au consortium présente un certain nombre d'avantages indirects sur le plan de la réputation, en termes d'excellence scientifique et commerciale. WIPO Re:Search constitue en outre "un élément moteur sur le plan de la motivation" pour les scientifiques de l'industrie pharmaceutique qui y participent et "qui sentent qu'ils peuvent directement et personnellement faire la différence", fait observer M. Pritchard.

Les chercheurs en sortent également gagnants. "Il reste beaucoup de travail scientifique à accomplir", explique M. Liotta. "Les chercheurs n'en restent souvent qu'au stade de la recherche sur les maladies tropicales négligées, recherche

"WIPO Re:Search profite à tous."

Dennis Liotta, professeur de chimie à l'Université Emory.

qui cesse d'être poursuivie parce qu'il n'existe aucun moyen d'aller de l'avant. Mais si vous avez des partenaires internationaux de qualité avec qui travailler, alors, du jour au lendemain, ce qui semblait une possibilité limitée commence à devenir intéressant."

Les possibilités de partenariat que WIPO Re:Search favorise font progresser la recherche sur les maladies tropicales négligées grâce à l'appui non financier irremplaçable que fournissent les groupes pharmaceutiques. "Disons littéralement qu'aucune somme d'argent ne vous permettrait d'avoir accès à ces ressources, à moins que [les sociétés pharmaceutiques] ne soient votre partenaire", indique M. Liotta. "Si les institutions universitaires sont des endroits fantastiques pour faire de la recherche en amont, les entreprises pharmaceutiques sont incontournables lorsqu'il s'agit de développer des médicaments", précise-t-il.

"De nos jours, en science, aucun individu ni groupe de recherche ne dispose des compétences suffisantes pour tout faire. Si vous souhaitez réaliser de grandes choses qui auront des effets positifs sur la santé des populations, vous devez trouver de bons partenaires", dit-il. WIPO Re:Search est sans équivalent pour ce qui est de catalyser les partenariats. "Je ne vois personne d'autre le faire sur une échelle aussi vaste que WIPO Re:Search", fait remarquer M. Liotta.

LES POSSIBILITÉS D'ÉCHANGE DE COMPÉTENCES

WIPO Re:Search offre de surcroît des possibilités intéressantes de renforcement des capacités. "WIPO Re:Search représente une formidable occasion d'échanger des compétences, de transférer et de partager les savoirs et de constituer des réseaux dans un monde globalisé", signale M. Ellis Owusu-Dabo, directeur scientifique du Kumasi Center for Collaborative Research (KCCR) in Tropical Medicine à l'Université Kwame Nkrumah (Ghana). Un accès facilité à un réseau mondial de scientifiques contribuera à "éviter les chevauchements auxquels nous assistons partout", indique-t-il.

Le Kumasi Center for Collaborative Research, un centre pour la mise en place d'outils diagnostiques peu coûteux sur les lieux de prestation des soins aux communautés rurales du Ghana, a rejoint WIPO Re:Search en avril 2012 et a déjà conclu, grâce à la plate-forme, trois accords de collaboration. "Adhérer à WIPO Re:Search nous a offert des possibilités sans pareil de présenter ce que nous pouvons faire à un

plus grand nombre d'interlocuteurs et de renforcer les capacités de nos jeunes scientifiques", précise M. Owusu-Dabo. En janvier 2013, un jeune chercheur du KCCR séjournera à l'Université de San Francisco et bénéficiera d'un financement du Gouvernement australien pour poursuivre ses travaux sur l'helminthiase transmise par le sol (vers parasites). Le centre a également scellé des accords avec PATH (www.path.org) ainsi qu'avec l'Université de Stanford, afin de mettre au point des outils peu coûteux de diagnostic de l'onchocercose d'un côté, et de la schistosomiase de l'autre. "S'il est vrai que chaque institution a son propre domaine de spécialisation, j'incite fortement les centres de recherche, et singulièrement les jeunes institutions, à s'enquérir des possibilités" qu'offre WIPO Re:Search, souligne M. Owusu-Dabo.

Les formations et les services d'appui proposés dans le cadre du consortium, notamment en matière de négociation d'accords et d'octroi de licences de propriété intellectuelle, contribuent aussi à améliorer la capacité des chercheurs à mieux comprendre ce qu'est la propriété intellectuelle et à y recourir de façon plus efficace pour exploiter leurs capacités de recherche. L'avantage est de taille aux yeux de M. Owusu-Dabo, pour qui la sensibilisation à la propriété intellectuelle représente une priorité. "Démystifier la propriété intellectuelle auprès des chercheurs africains est extrêmement important", indique-t-il. "Nous devons la présenter comme un bienfait pour la science et l'humanité et un appui à la réalisation des objectifs de recherche des scientifiques."

RENFORCER LA CONFIANCE

La ferme volonté de BVGH de cerner les possibilités de partenariat dignes d'intérêt a largement contribué à renforcer la confiance à l'égard de WIPO Re:Search. "Nous avons adopté une approche très pragmatique pour recenser les possibilités de partenariat susceptibles d'intéresser les membres, et présenter des occasions concrètes d'exploiter ce que le fournisseur (un groupe pharmaceutique) souhaite partager et d'offrir à un utilisateur (un institut de recherche ou le monde universitaire) une réelle opportunité de combler des lacunes en matière de recherche", explique Jennifer Dent, de BVGH.

CRÉER DES RÉSEAUX

En rassemblant des groupes qui d'ordinaire ne se connaissent pas ou n'interagissent pas entre eux, WIPO Re:Search oriente la recherche sur les maladies tropicales négligées. À mesure que la composition du consortium s'élargira, de même les possibilités de rapprocher les compétences complémentaires des différents groupes se multiplieront. "Regrouper ces personnes suscite un nouvel élan dans un domaine où la recherche, en règle générale, avance à pas de tortue", explique M. Liotta. "Je suis persuadé que nous dirons dans cinq ans que WIPO Re:Search était le multiplicateur par excellence, et qu'il avait créé un tout beaucoup plus grand que la somme de ses parties."

LES INDICATEURS DE RÉUSSITE

Dans un climat d'optimisme quant au potentiel de WIPO Re:Search, quand pourrions-nous nous attendre à voir des résultats concrets? Ne connaissant que trop bien les échéances prolongées et les difficultés liées à la mise au point de vaccins et de médicaments, les membres sont prudents mais optimistes.

De nombreux accords de collaboration se rapportent à la recherche en phase précoce de développement, explique M. Pritchard, et marier les "connaissances approfondies de la biologie des maladies" dont disposent les scientifiques aux compétences dont font preuve les groupes pharmaceutiques en chimie ainsi qu'en matière de développement des médicaments "pourrait réduire d'un bon nombre d'années le processus de recherche et développement de médicaments", estime-t-il. "Des capacités scientifiques considérables sont à notre disposition, et la mise sur pied des bons partenariats peut vraiment accélérer le processus", ajoute-t-il.

Bien qu'il reconnaisse que l'"on ne devrait pas, objectivement, attendre de WIPO Re:Search [qu'il mette au point un médicament] au cours des deux prochaines années", M. Liotta remarque que "des jalons ont été posés en cours de route. Si un médicament parvient à la phase précoce de développement clinique où l'innocuité et l'efficacité sont démontrées, une preuve de concept aura été établie, ce qui est un signe de réussite. Si WIPO Re:Search peut établir plusieurs preuves de concept, je pense qu'il aura de l'avenir", indique M. Liotta.

LES PROCHAINES ÉTAPES

Fort de son succès initial, WIPO Re:Search continuera de développer des collaborations ciblées. "Nous allons nous concentrer essentiellement sur l'instauration de collaborations avec les membres de qualité du groupe existant", précise Jennifer Dent. Le consortium s'efforcera également d'élargir sa composition dans toutes les régions du monde et de faire connaître WIPO Re:Search.

WIPO Re:Search représente une formidable occasion de changer la vie des 1,5 milliard de personnes vivant avec des maladies qui, pour des raisons économiques, n'ont pas reçu l'attention nécessaire. Les nouvelles collaborations de recherche que le consortium instaure promettent de produire d'autres connaissances scientifiques et de dégager de nouvelles possibilités d'atténuer l'impact de ces maladies. Comme le rappelle Francis Gurry, WIPO Re:Search montre clairement que "le système de la propriété intellectuelle peut fonctionner et fonctionne au bénéfice de tous les pays, quel que soit leur niveau de développement". Il sera intéressant de suivre l'évolution de cette prometteuse initiative. ♦

LES CIGARETTES VOUS TUERONT :

la Haute Cour d'Australie et le conditionnement neutre des produits du tabac

*Matthew Rimmer, Future Fellow,
Conseil australien de la recherche, et maître
de conférences en propriété intellectuelle à
l'Université nationale d'Australie*



Photos: Packaging designs © Commonwealth of Australia.
Images d'avertissements sanitaires utilisées avec la permission
du Gouvernement australien.

Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), le tabac est "le seul produit de consommation licite qui tue ceux qui en font l'usage prévu par le fabricant". Afin de décourager le tabagisme et de mettre en œuvre la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, le Parlement australien a adopté la loi de 2011 sur le conditionnement neutre du tabac, en novembre de cette même année. La législation a été appuyée par tous les grands partis politiques.

La ministre travailliste de la justice, Nicola Roxon, a indiqué que "[l]e conditionnement neutre représente la fin du côté 'glamour' du tabagisme; désormais, les cigarettes sont reconnues pour ce qu'elles sont : des produits qui tuent et détruisent des milliers de familles en Australie".

Le dirigeant de la coalition de l'opposition, Tony Abbott, a estimé qu'"[i]l s'agit d'une mesure sanitaire d'une grande portée. Il est important de continuer de faire baisser les taux de tabagisme". Les Verts ont également appuyé cette mesure et recommandé au Future Fund (un fonds géré de manière indépendante, sur lequel le Gouvernement australien dépose son excédent budgétaire pour faire face aux engagements futurs en matière de retraites) de mettre fin à ses placements dans le secteur du tabac.

Le 1er décembre 2012, l'Australie est devenue le premier pays à exiger que les produits du tabac soient vendus sous un conditionnement neutre, de couleur vert olive. La loi australienne de 2011 sur le conditionnement neutre du tabac édicte des règles concernant les emballages de vente au détail et l'aspect extérieur des produits du tabac, imposant un conditionnement neutre de couleur vert olive arborant des mises en garde pour la santé accompagnées d'illustrations de maladies liées au tabagisme. L'objectif est d'améliorer la santé publique en décourageant les gens de fumer ou de consommer des produits du tabac.

Dès la promulgation de la loi, un certain nombre de sociétés productrices de tabac (British American Tobacco et Japan Tobacco International en tête) ont contesté la législation. Le présent article fournit un "compte rendu-témoignage" des plaidoiries présentées en l'espèce devant la Haute Cour d'Australie, ainsi qu'une analyse de l'arrêt en faveur du Gouvernement australien (également appelé le "Commonwealth").

LE RECOURS

British American Tobacco et Japan Tobacco International ont formé un recours à l'encontre du Gouvernement australien devant la Haute Cour d'Australie au motif que la loi revenait à une acquisition de droits de propriété à des conditions moins

qu'équitables, au sens de la Constitution australienne. Phillip Morris Ltd et Imperial Tobacco ont obtenu de se joindre à l'instance aux côtés desdites sociétés.

Le Commonwealth était appuyé dans sa défense par les gouvernements du Territoire de la capitale australienne, du Territoire du Nord et du Queensland. Le Cancer Council Australia a présenté des observations écrites, mais n'a pas été autorisé à intervenir. La Haute Cour d'Australie a entendu les arguments des parties du 17 au 19 avril 2012. Les parties à la procédure se sont assurées le concours de batteries d'avocats, les débats ont fait l'objet d'une intense couverture médiatique et les galeries du public étaient pleines.

LES ARGUMENTS DES SOCIÉTÉS PRODUCTRICES DE TABAC

Les sociétés productrices de tabac se sont employées à démontrer que l'adoption du conditionnement neutre des produits du tabac revenait à une acquisition de droits de propriété à des conditions moins qu'équitables.

Il a beaucoup été question de savoir si le Commonwealth avait procédé à l'"acquisition" des marques de fabrique ou de commerce des entreprises du secteur. L'avocat de Japan Tobacco International a fait valoir que "[l]a loi du Commonwealth, en ses termes, s'arroge le pouvoir de remplacer tout message que le Commonwealth choisira, sur ce que nous déclarons comme étant notre panneau publicitaire".

Les sociétés productrices de tabac ont invoqué une vision large des droits de propriété au sens de la Constitution australienne, et fait valoir leurs droits sur différentes formes de propriété intellectuelle concernant les emballages, y compris les marques de fabrique ou de commerce, les brevets, les dessins et modèles, le droit d'auteur et la protection contre la commercialisation trompeuse.

Leurs avocats ont estimé que les droits de propriété intellectuelle des sociétés productrices de tabac étaient éteints, ou tout au moins qu'il leur avait été porté gravement atteinte. "Selon nous, il a été fait main basse sur tout", a déclaré l'un des avocats.

Il a beaucoup été question de la sémiotique des emballages et de la fétichisation explicite des paquets. Les juges ont été invités à examiner attentivement les emballages des produits du tabac, et l'utilisation des mots, des couleurs, des emblèmes, des badges et des logos se rapportant habituellement aux boîtes de cigarettes a été discutée – avec des renvois à des exemples tels que les cigarettes Camel.

En tout état de cause, les juges ont mis en doute les analogies établies entre les questions de propriété (ayant trait à la propriété foncière) et les questions de propriété intellectuelle (concernant l'acquisition de droits de propriété). Le juge Gummow a demandé si "[c]ertaines de ces affaires concern[ai]ent des biens incorporels, et qu'il lui soit confirmé que] nombre des affaires aux États-Unis d'Amérique [avaie]nt trait à la propriété

foncière". D'une manière surprenante, les débats ont peu porté sur les précédents australiens en matière de droit de la propriété intellectuelle et de droit constitutionnel, comme les affaires Grain Pool (*Grain Pool of WA c. Commonwealth* [2000], HCA14), Blank Tapes (*Australian Tape Manufacturers Association Ltd c. Commonwealth* ("Blank Tapes Levy case") [1993] HCA 10) et Nintendo (*Nintendo Co Ltd c. Centronics Systems Pty Ltd and others* [1994], HCA27), ainsi que le récent arrêt Phonographic (*Phonographic Performance Company of Australia Limited c. Commonwealth of Australia* [2012] HCA 8).

Les sociétés productrices de tabac ont souhaité opérer une distinction entre les mises en garde illustrées et une "réglementation excessive" (conditionnement neutre). Le juge Kiefel a répondu que "la réglementation p[ouvai]t être extrêmement restrictive, sans pour autant constituer une acquisition". British American Tobacco a fait valoir que des dommages-intérêts devraient être versés aux sociétés du secteur en cas d'avertissements pour la santé. "Le fait qu'il s'agisse de messages de mieux-être ou de bons messages peut être souhaitable sur le plan social et, si tel est le cas, le Commonwealth devrait alors en assumer le coût", ont-ils soutenu.

Les arguments des sociétés productrices de tabac concernant l'acquisition de droits de propriété m'ont, en tant que témoin de la procédure et expert en propriété intellectuelle, souvent paru des raccourcis théoriques.

LA POSITION DU COMMONWEALTH

Le Gouvernement du Commonwealth a défendu avec énergie la légalité et la constitutionnalité du conditionnement neutre des produits du tabac. Dans ses observations, il a expliqué que ces mesures "vis[ai]ent à informer, à remédier aux risques pour la santé publique et à réduire les effets néfastes sur celle-ci qui [étaie]nt causés par la consommation des produits du tabac".

Le Solicitor-General pour le Commonwealth, Stephen Gageler, a fait valoir que la loi n'était "pas différente en principe de toute autre norme en matière de spécification des produits ou d'informations sur les produits ou, même, de services devant faire l'objet d'une commercialisation".

Il a relevé que "les informations devant figurer sur les produits du tabac ne différ[ai]ent des informations qui d[evai]ent systématiquement accompagner les produits thérapeutiques, les produits chimiques industriels, les poisons et autres produits dangereux pour la santé publique, que par l'intensité". Il a fait observer que "les illustrations obligatoires de mise en garde pour la santé [étaie]nt, à l'ère du numérique, la tête de mort, rien d'autre".

Le Solicitor-General a indiqué qu'"il [éta]it faux de suggérer que le gouvernement se ser[va]it des paquets de tabac comme de petits panneaux publicitaires". Il a réfuté le fait que le gouvernement se livrait à de la publicité, ou qu'il en tirait avantage, et a affirmé qu'une règle de conduite ne constituait pas une acquisition de droits de propriété.

Le gouvernement a souligné que la vente et les emballages de cigarettes étaient réglementés depuis longtemps en Australie et que le conditionnement neutre ne représentait que la dernière étape en date de ce processus.

Le Solicitor-General a argué que les droits réglementaires de propriété intellectuelle [étaient] souvent modifiés, ajoutant qu'une marque de fabrique ou de commerce "d[é]vait au moins faire l'objet d'une interdiction ultérieure d'emploi afin de prévenir ou d'atténuer les risques pour le public ou la santé publique". En effet, l'article 8 de l'Accord de 1994 sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) dispose que "[l]es Membres pourront, lorsqu'ils élaboreront ou modifieront leurs lois et réglementations, adopter les mesures nécessaires pour protéger la santé publique et la nutrition". Le Solicitor-General a argué en outre que le concept de termes équitables soulevait des questions plus générales d'équité et de justice au regard de la Constitution.

Le Commonwealth a soutenu qu'il serait incongru d'indemniser les sociétés productrices de tabac, faisant remarquer: "[Q]ue la nation australienne qui représente la communauté australienne soit tenue d'indemniser les sociétés du secteur pour le préjudice résultant du fait qu'elles ne peuvent plus continuer de faire un usage préjudiciable de leurs droits de propriété va au-delà des exigences de toute notion raisonnable d'équité".

L'ARRÊT DE LA HAUTE COUR D'AUSTRALIE

Ayant annoncé en août 2012 qu'elle avait statué, la Haute Cour d'Australie a rendu publics, en octobre 2012, les motifs de son arrêt sur le recours formé par l'industrie du tabac contre la loi australienne sur le conditionnement neutre des produits du tabac.

À la majorité de six des sept juges, la Haute Cour a rejeté les arguments des sociétés productrices du secteur selon lesquels il y avait eu acquisition de droits de propriété au sens de la Constitution australienne. Les juges représentant la majorité ont successivement qualifié le dossier des sociétés d'"illusoire", de "raccourci", de "théorique", et comme présentant des défauts "irrémediables" sur le plan de la logique et du raisonnement. L'opinion dissidente a été formulée par le juge Heydon.

SANTÉ PUBLIQUE, DROITS DES CONSOMMATEURS ET ÉTIQUETTES DE MISE EN GARDE

Après avoir entendu des arguments détaillés, la Cour a examiné avec soin les objectifs de santé publique de la loi de 2011 sur le conditionnement neutre du tabac et les textes réglementaires connexes.

"De nombreux types de produits font l'objet d'une réglementation afin de prévenir ou de réduire les risques", a expliqué le juge Kiefel, relevant que l'étiquetage était exigé pour les médicaments et les substances toxiques, ainsi que pour certains produits alimentaires, "pour protéger et promouvoir la santé publique".

Examinant l'évolution passée de la réglementation australienne sur les produits du tabac, le juge a rendu compte succinctement des effets cumulés des mesures de santé publique et a estimé que le conditionnement neutre n'était que la dernière des nombreuses mesures de lutte contre le tabagisme en Australie. Notant les liens qui existent entre ce dernier et les maladies mortelles, le juge Crennan a fait observer que la législation appliquait le droit international de la santé: "La loi sur le conditionnement a pour objet d'améliorer la santé publique et de donner effet à certaines obligations qui incombent à l'Australie, en tant que signataire de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac."

"Les dispositions législatives exigeant des fabricants ou des détaillants qu'ils apposent sur les emballages des produits du tabac des mises en garde destinées aux consommateurs contre les dangers liés à la consommation incorrecte ou à l'usage abusif certain d'un produit sont monnaie courante", le juge Crennan a-t-il souligné avec insistance.

Les juges Hayne et Bell ont relevé qu'"[u]ne loi qui requiert que des étiquettes de mise en garde soient apposées sur les produits, même des étiquettes aussi complètes que celles exigées par la loi sur le conditionnement neutre, n'opère aucune acquisition de droits de propriété".

Même le juge dissident, le juge Heydon, a qualifié les industriels du tabac de "pourvoyeurs" de "mensonges et [de] mort".

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET POLITIQUE PUBLIQUE

Un axe important de l'arrêt a porté sur l'essence et le rôle du droit de la propriété intellectuelle. Les juges, dans leurs opinions, ont fait valoir que le droit de la propriété intellectuelle visait à servir les objectifs des politiques publiques – et pas uniquement les intérêts privés des titulaires de droits.

Le juge président French a privilégié les aspects du droit de la propriété intellectuelle relatifs aux politiques publiques, remarquant que la législation sur les marques de fabrique ou de commerce avait "manifesté de temps à autre un sens inégal du compromis entre les intérêts commerciaux et les intérêts des consommateurs".

Dans son "chant du cygne", le juge sortant Gummow a observé que "la législation sur les marques de fabrique ou de commerce, d'une manière générale, ne confér[ait] aucun 'monopole statutaire', quel qu'il puisse être". Le juge a rappelé que la loi sur les marques de fabrique ou de commerce ne conférait "aucune liberté d'utiliser les marques déposées sans les restrictions qui figurent dans d'autres lois".

Examinant l'essence du droit des marques moderne, le juge Crennan a rappelé que la raison d'être des marques de fabrique ou de commerce n'était pas seulement de distinguer les produits d'un titulaire enregistré de ceux d'un autre. "Il est clairement apparu à mesure que leurs arguments progressaient, a-t-il

noté,] que ce à quoi les requérants s'opposaient avec le plus d'acharnement était l'appropriation ou l'extinction de la fonction publicitaire ou promotionnelle de leurs marques déposées ou de l'emballage de leurs produits, laquelle fonction était interdite par la loi sur le conditionnement."

LE DROIT CONSTITUTIONNEL ET L'ACQUISITION DE DROITS DE PROPRIÉTÉ

La majorité des juges de la Haute Cour a estimé que la législation sur le conditionnement neutre ne revenait pas à une acquisition de droits de propriété. Cet arrêt est conforme aux précédents en matière de droit de la propriété intellectuelle et de droit constitutionnel, telles les affaires Grain Pool et Nintendo ainsi que l'arrêt Phonographic.

Dans une opinion remarquable par sa clarté et sa précision, les juges Hayne et Bell ont décidé que "[l]a loi sur le conditionnement neutre n'[était] pas une loi par laquelle le Commonwealth acqu[érait] des droits de propriété, aussi négligeables [fussent]-ils. La loi sur le conditionnement neutre n'est pas une loi sur l'acquisition de droits de propriété."

Le juge Kiefel a estimé que "[l']objet statutaire premier de la loi sur le conditionnement [était] de dissuader les personnes concernées de consommer des produits du tabac. Si cet objet devait être rempli, les activités des requérants pourraient être compromises, mais le Commonwealth n'acquiert pas ainsi quelque chose de l'ordre du droit de propriété lui-même".

Le juge président French a jugé que les arguments avancés par les sociétés productrices de tabac comportaient des lacunes irrémédiables.

Dans son opinion dissidente, le juge Heydon s'est plaint d'une façon générale du fait que le gouvernement empiétait sur la clause d'acquisition de droits de propriété: "La flamme de la haine du gouvernement pour cette garantie constitutionnelle bénéfique, s 51(xxxi), peut vaciller, mais elle ne s'éteindra pas. C'est la raison pour laquelle il sera toujours important de veiller à ce que cette flamme ne mette pas le feu aux poudres".

LES CONSÉQUENCES DE L'ARRÊT

L'arrêt concernant le conditionnement neutre des produits du tabac représente sans aucun doute un arrêt historique de la Haute Cour d'Australie en ce qu'il examine le droit de la santé publique, le droit de la propriété intellectuelle et le droit constitutionnel. Il n'est certainement pas une bizarrerie du droit constitutionnel australien, comme l'a prétendu British American Tobacco.

La Haute Cour d'Australie est une juridiction supérieure très respectée; l'influence du précédent qu'elle a créé se fera sentir dans le monde entier. L'arrêt s'accorde en effet avec ceux de la Cour suprême du Canada et de la Cour suprême de l'Afrique du Sud en matière de santé publique et de lutte contre le tabagisme.

L'arrêt renforcera la position de l'Australie s'agissant des différends internationaux sur le conditionnement neutre des produits du tabac, dont sont par exemple saisis l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et les tribunaux d'arbitrage de différends relatifs à des investissements.

Il pourrait en outre encourager d'autres pays à faire partie d'une "révolution vert olive" et à adopter un conditionnement neutre standard de couleur vert olive assorti d'avertissements de grandes dimensions sur les dangers pour la santé des produits du tabac.

L'OMS a salué cet arrêt historique et appelé "le reste du monde à adopter une position aussi ferme que [celle de] l'Australie sur la commercialisation du tabac", position pleinement conforme à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac. Le Directeur général de l'OMS, Mme Margaret Chan, a estimé que l'arrêt encouragerait d'autres pays à mettre en œuvre des mesures de lutte contre le tabagisme, comme le conditionnement neutre des produits du tabac, faisant remarquer qu'"avec la victoire de l'Australie, la santé publique entre dans une nouvelle ère de la lutte antitabac. Le conditionnement neutre est un moyen extrêmement efficace de contrer les tactiques de commercialisation redoutables de l'industrie. Il est par ailleurs tout à fait conforme aux dispositions de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac. Les poursuites judiciaires entamées par les grands cigarettiers font penser à la tentative de la dernière chance d'une industrie agonisante. Alors que de si nombreux pays attendent d'emboîter le pas à l'Australie, il faut espérer un effet domino dans l'intérêt de la santé publique. Cette affaire est suivie de très près par plusieurs autres pays qui envisagent des mesures analogues pour lutter contre le tabagisme". Mme Chan a prié instamment les autres pays de prendre des mesures en vue de réduire la demande et l'offre de produits du tabac, conformément à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac. L'Inde, la Nouvelle-Zélande, la Norvège, le Royaume-Uni et l'Uruguay tiennent tout particulièrement à suivre l'exemple australien.

L'arrêt de la Haute Cour d'Australie a renforcé la position australienne du point de vue du droit international. En vertu de l'Accord sur les ADPIC, l'Ukraine a cherché à contester la législation australienne sur le conditionnement neutre au moyen des procédures de règlement des différends de l'OMC (voir Affaire DS434). Philip Morris a également cherché à contester la législation en vertu d'un traité d'investissement entre la Région administrative spéciale de Hong Kong et l'Australie. Il a par ailleurs été plusieurs fois question de savoir si les mesures de lutte contre le tabagisme seront touchées par le partenariat transpacifique, en cours de négociation. ♦



De la micro-exploitation
aux podiums de mode :
**LA MARQUE
COLLECTIVE
HARRIS TWEED**

Dan Anthony, journaliste indépendant

*Une première version de cet article a paru dans le
numéro d'octobre 2012 d'IP Insight, publié par l'Office
de propriété intellectuelle du Royaume-Uni.*



Instruments de propriété intellectuelle pour la commercialisation de produits

Marques de produits :

signes utilisés par une entité commerciale pour distinguer ses produits de ceux d'une autre entité.

Marques de services :

signes utilisés par une entité commerciale pour distinguer ses services de ceux d'une autre entité.

Marques collectives :

signes utilisés par les membres d'une association pour distinguer leurs produits et services de ceux d'autres entités.

Marques de certification :

signes utilisés pour identifier les produits ou services répondant à un ensemble de normes et ayant été certifiés par une autorité compétente.

Marques notoirement connues :

marques considérées comme telles sur le marché et bénéficiant de ce fait d'une protection renforcée.

Indications géographiques :

signes utilisés sur des produits qui ont une origine géographique précise et qui possèdent des qualités, une notoriété ou des caractères essentiellement dus à cette origine. Les indications géographiques sont protégées en vertu de traités internationaux et de législations nationales et en application d'une large gamme de principes, notamment les lois conçues spécialement pour la protection des indications géographiques ou des appellations d'origine (catégorie particulière d'indications géographiques), les lois sur les marques applicables aux marques collectives ou aux marques de certification, les lois sur la concurrence déloyale, les lois de protection des consommateurs ou les lois ou décrets spécifiques qui reconnaissent des indications géographiques particulières.

Appellation d'origine :

dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité désignant un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains.

Harris Tweed, la plus ancienne marque de certification britannique, est un exemple de la commercialisation réussie de produits britanniques qui parle aux grosses comme aux petites entreprises.

Les marques de certification sont des marques, avec une différence. Elles garantissent que des produits ou services respectent des normes définies ou possèdent des caractéristiques particulières. Cette ancienne méthode d'identification des produits trouve son origine dans le système médiéval des guildes. Les groupements de commerçants caractérisés par une profession ou un lieu se reconnaissaient à leur guildes et à la réputation qui y était associée. Au début du XX^e siècle, la nécessité d'adapter ce modèle aux pratiques commerciales modernes a donné naissance aux marques de certification.

En raison de l'association particulière qui existe entre la marque de certification et la qualité et la nature des produits qui la portent, certaines des règles habituelles sur les marques ne s'appliquent pas. Par exemple, des noms géographiques qui ne sont en principe pas enregistrables peuvent être acceptés comme marques de certification si la marque permet de distinguer les produits.

Le nom Harris Tweed est reconnu dans le monde entier. Le succès de la marque de certification de la Harris Tweed Authority montre bien qu'une commercialisation réussie sur la scène économique mondiale peut être assurée par de petites unités d'exploitation.

LE "MIRACLE HARRIS"

Il est difficile d'imaginer un lieu moins propice au maintien d'une activité prospère que les Hébrides extérieures, en Écosse. Cette chaîne de quelque 70 îles – s'étendant sur 210 km le long de la façade atlantique écossaise, peuplée d'environ 26 500 habitants, frappée par les tempêtes, qui n'est pas reliée par la route et n'est souvent accessible que par bateau – paraît davantage adaptée au développement de techniques de survie plutôt que de commercialisation.

Il n'en reste pas moins que la marque de certification Harris Tweed, et la loi du Parlement qui consacre la définition du Harris Tweed, constituent un remarquable élément de propriété intellectuelle. Pour porter la célèbre marque Harris Tweed, le tissu doit être constitué à 100% de :

"laine vierge teinte et filée dans les Hébrides extérieures, et tissée à la main, à la maison, par les habitants des îles de Lewis, Harris, Uist et Barra". Harris Tweed Act – 1993

Cette définition représente ce que tout le monde considérera vraisemblablement comme une véritable formule magique.



Harris Tweed

La marque de certification Harris Tweed – numéro 319214 –, enregistrée en 1909, est la plus ancienne marque de certification britannique. Le Harris Tweed Act de 1933 garantit que tous les tissus certifiés par le symbole Harris Tweed Orb sont du tweed Harris authentique, le seul tweed tissé main produit commercialement au monde.

En 1909, lorsque la marque de certification a été enregistrée pour la première fois, les îles écossaises étaient en proie à la dépression, au dépeuplement et à l'émigration. Le tweed de la région était connu, mais la mise au point de nouvelles techniques de production faisait peser des menaces sur le secteur.

L'argument de vente du Harris Tweed, unique en son genre, est que la laine doit être "tissée à la main [...] par les habitants". Dans les complexes industriels de Grande-Bretagne proprement dite, les tisserands auraient donné n'importe quoi pour qu'une loi fût votée pour empêcher la mécanisation. La Harris Tweed Association, qui a précédé l'institut officiel existant Harris Tweed Authority, a créé une façon de transformer la paille en or.

Le Harris Tweed est produit par des tisserands, à domicile, sur des machines qu'ils font fonctionner eux-mêmes. Il s'agit d'une industrie artisanale au sens littéral du terme, peut-être l'une des dernières au monde à manufacturer des produits destinés au marché mondial. La définition du Harris Tweed confirme le bien-fondé de l'image du tisserand solitaire, à l'ouvrage dans une cabane de valet de ferme (bothy) située sur le versant battu par les vents d'une vallée insulaire presque dépourvue d'habitants. Chaque centimètre de Harris Tweed sortant des Hébrides est produit de cette façon, de sorte que lorsque le client achète du Harris tweed, il fait l'acquisition d'un vêtement ... et d'un peu de la magie de ces îles.

“La marque de certification Harris Tweed montre bien qu’une commercialisation réussie sur la scène économique mondiale peut être assurée par de petites unités d’exploitation.”





Photos : Harris Tweed Authority

Le Harris Tweed doit être constitué à 100% de laine vierge teinte et filée dans les Hébrides extérieures, et tissée à la main, à la maison, par les habitants des îles de Lewis, Harris, Uist et Barra.

LES GARDIENS DE LA MARQUE “HARRIS TWEED ORB”

Le succès du Harris Tweed dépend de nombreux facteurs : sont importants, le mode de production – unique en son genre –, le romanescque de cette situation insulaire et la qualité du produit lui-même. Cependant, important également l'investissement personnel des habitants, la fidélité des clients et la façon de voir de “l'équipe du tweed”. Le tweed de Harris est recherché par les créateurs aux quatre coins du monde et “en met plein la vue” dans les défilés internationaux.

L'administratrice générale de la Harris Tweed Authority, Lorna Macaulay, a évoqué en ces termes, depuis son bureau de Stornaway, le succès de la marque de certification Harris Tweed :

“Les marchés du Harris Tweed ont quelque peu changé ces dernières années, le Japon représentant désormais le plus gros marché, suivi de près par l'Allemagne dont la clientèle est solide et stable depuis des décennies. Le Harris Tweed se vend également très bien en Chine, en Amérique du Sud, en République de Corée ainsi qu'en Inde. Nous sommes très heureux que le marché américain soit revenu en force au cours de l'année écoulée, et croyons fermement que nous pourrions faire beaucoup plus dans ce pays.”

“Dans ce qui s'avère l'une des périodes les plus difficiles pour le Royaume-Uni sur le plan économique depuis 50 ans, le secteur du Harris Tweed, contrairement à la tendance, enregistre depuis 2009 une augmentation annuelle de sa production de 30%. En 1996, la production de Harris Tweed a atteint le niveau record de 7 millions de mètres de tissu sortis des Hébrides extérieures. En 2012, nous franchirons une étape importante pour l'industrie actuelle, d'un million de mètres supplémentaire. Pour diverses raisons, il est peu probable que nous atteignons encore les volumes des années 60, mais nous sommes déterminés à devenir un secteur d'activité beaucoup plus performant, si ce n'est important.”

LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE CRÉE DES OPPORTUNITÉS ÉCONOMIQUES

Les îles occidentales de l'Écosse ont ceci de particulier qu'elles ne sont pas un endroit propice à l'industrie. L'un des atouts de la propriété intellectuelle est qu'elle peut créer des opportunités économiques et des emplois quel que soit le lieu. Depuis plus d'un siècle, la marque de certification Harris Tweed incarne la qualité, le style et une sensation unique, et fournit aux habitants une source de revenu stable. Il n'y a aucune raison pour que le fil cesse d'être filé.

“Les visionnaires qui ont déposé la marque ‘Orb’ en 1909 n'ont bel et bien été que cela : des visionnaires. Il va de soi, toutefois, qu'ils ne pouvaient pas prédire le développement de l'Internet, 100 ans plus tard, ni les défis que celui-ci poserait pour protéger une marque des atteintes et de la contrefaçon”, indique Lorna Macaulay. “Ici, dans les Hébrides extérieures, nous sommes très loin des marchés commerciaux où se vend le Harris Tweed. Nous refusons cependant que ceci entrave les efforts que nous déployons pour protéger nos différentes marques, enregistrées partout dans le monde. Nous faisons appel aux meilleurs conseillers juridiques du pays et poursuivrons (et nous l'avons déjà fait!) toute personne ou toute entreprise cherchant à mettre en péril ce qui importe tellement pour les habitants des Hébrides extérieures et nos clients, et qu'ils apprécient tant.” ♦

De plus amples informations concernant le Harris Tweed sont disponibles sur : www.harristweed.org.

LA CAMPAGNE ALGÉRIENNE de lutte contre le piratage

M. Ali Chabane,
directeur de l'Office
national du droit
d'auteur (ONDA)
(Algérie)



Photo: ONDA, Algérie

L'imposante saisie de copies illicites de CD, DVD, VCD et de cassettes indique clairement que la stratégie algérienne de lutte contre le piratage est efficace. Avec un taux de piratage estimé aux alentours de 60%, le piratage est l'un des principaux défis auxquels les auteurs, musiciens, éditeurs et producteurs algériens doivent faire face.

Dans le cadre d'une campagne nationale de lutte contre le piratage menée au début d'octobre 2012, plus d'un million de CD ou de DVD pirates ont été saisis, et détruits par les inspecteurs de l'Office national du droit d'auteur au cours d'une cérémonie publique à Alger. L'événement, qui s'est déroulé sous l'œil attentif de célébrités du monde de la musique et du cinéma, de représentants du gouvernement et de responsables de l'application des lois, a envoyé un signal clair eu égard à la ferme volonté du gouvernement de s'attaquer au piratage. L'Algérie a présenté sa campagne de lutte contre ce dernier lors de la réunion du Comité consultatif de l'OMPI sur l'application des droits (ACE) du mois de décembre 2012.

MISE EN ŒUVRE PAR ÉTAPES DE LA STRATÉGIE DE LUTTE CONTRE LE PIRATAGE

Cette imposante saisie de copies illicites indique clairement que la stratégie algérienne de lutte contre le piratage est efficace et commence à produire ses effets. "Cette stratégie est une réponse appropriée aux différents types d'infractions au droit d'auteur, dont sont victimes les créateurs et les artistes", explique M. Sami Bencheikh, directeur général de l'ONDA. "Elle englobe une série de mesures alliant la suppression des activités de contrefaçon à la sensibilisation des consommateurs."

L'AMPLEUR DU PIRATAGE, UN DÉFI COMPLEXE

Le piratage est l'un des principaux défis auxquels les auteurs, musiciens, éditeurs et producteurs algériens doivent faire face. Bien qu'ils soient difficiles à chiffrer, l'Office national du droit d'auteur estime aux alentours de 60% les taux de piratage portant atteinte à un large éventail de contenus créatifs (en particulier les musiques et les films), dont les éditions pirates sont disponibles sur de nombreux supports et formats (CD, VCD, DVD et version papier notamment).

Les défis auxquels l'Algérie est confrontée en matière de lutte contre le piratage sont, comme dans de nombreux autres pays, multifformes et complexes. La récente recrudescence du piratage enregistrée en Algérie s'explique par un certain nombre de facteurs, parmi lesquels la disponibilité généralisée des technologies à prix modique qui permettent plus facilement aux contrefacteurs de télécharger illégalement sur l'Internet des contenus créatifs et d'en reproduire des versions pirates. Les contrefacteurs n'ont pas besoin d'investir des sommes conséquentes pour être en mesure de générer un grand nombre de contenus créatifs illicites, avec lesquels ils peuvent ensuite inonder le marché via de puissants réseaux de distribution informelle.

Le problème est encore aggravé par le manque d'information en matière de propriété intellectuelle et le fait que les consommateurs sont attirés par ce qu'ils croient être une affaire intéressante. Ils peuvent se procurer des compilations "best of" de leurs artistes préférés à des prix défiant toute concurrence. D'une manière générale, ils ne saisissent pas qu'acheter un CD ou un DVD pirate menace la capacité des musiciens et des cinéastes de continuer à réaliser des chansons à succès et des films et revêt des conséquences très négatives sur le plan économique. Le piratage menace la source de revenu des créateurs et si nous voulons garantir un flux régulier de contenus riches et divertissants, et veiller à ce que le secteur créatif du pays ne cesse de prospérer, nous devons y mettre un terme.

DE LOURDES PERTES POUR LES AUTEURS

En 2011, les redevances perçues par l'Office national du droit d'auteur au titre des droits d'enregistrement et de reproduction ont été de 36% inférieures aux montants reçus en 2008. Au

cours de cette période, de nombreuses entreprises ont été obligées de fermer boutique et plusieurs maisons de disques ont cessé leurs activités, entraînant de grandes pertes d'emplois et de lourdes pertes de revenus pour les auteurs, les musiciens, les éditeurs, les producteurs et le gouvernement. Il s'est agi là d'une évolution alarmante et sans précédent du secteur de la distribution des produits culturels en Algérie.

“Bien qu'en 2011 nous ayons su, dans une certaine mesure, arrêter la baisse inquiétante des revenus des auteurs et des éditeurs de musique, il reste encore beaucoup à faire pour en finir avec ce fléau”, précise M. Bencheikh.

UN CADRE JURIDIQUE MODERNE

Révisée en 2003 pour être conforme aux normes internationales en matière de protection des droits de propriété intellectuelle, la législation algérienne sur le droit d'auteur et les droits connexes constitue un cadre efficace de lutte contre les violations du droit d'auteur. Elle octroie aux fonctionnaires chargés du respect des lois ainsi qu'aux inspecteurs de l'ONDA des pouvoirs étendus leur permettant d'effectuer des perquisitions, de consigner les violations du droit d'auteur et, le cas échéant, de saisir et de conserver les CD, cassettes, DVD et VCD contrefaits. Les peines sévères qu'elle prévoit sont conçues pour décourager les contrefacteurs de poursuivre leur activités illicites.

UNE NOUVELLE STRATÉGIE

La récente crise qui a frappé le secteur de la création en Algérie – à savoir la baisse spectaculaire des revenus des créateurs et des producteurs, conséquence directe du piratage – alimente les efforts de lutte contre ce commerce illicite de produits pirates. L'Algérie est en train de redéfinir sa stratégie de lutte contre le piratage et redouble d'efforts à l'heure actuelle pour préserver les intérêts économiques à long terme de son secteur créatif, de valeur. Sa nouvelle stratégie de lutte contre le piratage s'inspire des meilleures pratiques internationales et vise à mettre un terme au commerce des produits pirates en ciblant :

- un accroissement du nombre des inspections des points de vente et des marchés;
- l'élaboration de campagnes médiatiques et éducatives de sensibilisation du public à la lutte contre le piratage, destinées à inculquer le respect des droits de propriété intellectuelle;
- la formation des fonctionnaires chargés du respect des lois (y compris des autorités judiciaires et des services de police) sur les questions relatives au respect des droits de propriété intellectuelle;
- la mise en place de mécanismes permettant d'améliorer la coordination interinstitutionnelle en matière de lutte contre le piratage.



Photo: ONDA, Algeria

La ministre algérienne de la culture, Mme Khalida Toumi, a souligné la détermination du gouvernement à lutter contre toutes les formes d'atteinte aux droits de propriété intellectuelle.

AMÉLIORER LA COORDINATION INTERINSTITUTIONNELLE

Afin de renforcer les mécanismes de coordination entre les différents services chargés de lutter contre les atteintes au droit d'auteur et le piratage, l'ONDA et la Direction générale de la sûreté nationale ont récemment officialisé leur coopération déjà ancienne. Dans le prolongement de la cérémonie publique de destruction qui a eu lieu en octobre 2012, les deux organismes ont signé un accord visant au renforcement de la coopération dans la lutte contre le piratage. L'accord a été signé en présence de la ministre algérienne de la culture, Mme Khalida Toumi, et d'un certain nombre de célébrités du monde de la musique et du cinéma algérien, ainsi que de personnalités.

Prenant la parole à l'occasion de l'ouverture de la cérémonie, la ministre de la culture a souligné la détermination du Gouvernement algérien à lutter contre toutes les formes d'atteinte aux droits de propriété intellectuelle. La ministre en a profité pour annoncer que l'Office national du droit d'auteur lancerait une importante campagne de sensibilisation à la propriété intellectuelle en 2013, destinée à informer les utilisateurs et les consommateurs des conséquences négatives particulièrement lourdes du piratage eu égard aux intérêts légitimes des auteurs et des artistes ainsi qu'aux intérêts sociaux et économiques à long terme du pays. ♦

EXPLOITER LE POTENTIEL d'innovation de l'Europe centrale et orientale

Mikolaj Rogowski, étudiant en doctorat à l'Institut du droit de la propriété intellectuelle de l'Université Jagellon, Pologne



Photo : Mikolaj Rogowski

Les pays d'Europe centrale et orientale abritent plusieurs des plus anciennes universités du monde, parmi lesquelles l'Université Jagellon en Pologne (à l'arrière-plan).

Depuis les événements spectaculaires des années 80, de nombreux pays d'Europe centrale et orientale ont entamé un processus de transition vers une économie de marché et de la connaissance fondée sur l'innovation. Si ces pays disposent d'un vaste potentiel novateur, l'établissement d'"écosystèmes" de l'innovation qui mobilisent pleinement ce potentiel et le traduisent en une croissance économique soutenue constitue un défi permanent. Le présent article traite de l'importance fondamentale des universités et des organismes publics de recherche pour stimuler les performances en matière d'innovation et les perspectives de croissance de la région, et examine toute une série d'outils de l'OMPI destinés à appuyer les pays dans cette entreprise.

Comme l'a dit un jour l'inventeur et l'entrepreneur en avance sur son temps qu'était Thomas Edison, "[p]our avoir une idée formidable, ayez beaucoup d'idées". Un flot continu et abondant d'idées est une condition préalable à l'émergence de technologies qui peuvent apporter des changements positifs à la société. En tant que bastions du savoir et de l'apprentissage, les universités et les instituts de recherche sont remplis d'esprits curieux qui cherchent à trouver des solutions novatrices aux défis d'aujourd'hui. Pôles de créativité, les universités et organismes de recherche offrent des possibilités innombrables de transformer le potentiel intellectuel en solutions innovantes.

Les pays d'Europe centrale et orientale possèdent une solide tradition universitaire. La région abrite plusieurs des plus anciennes universités du monde, telles l'Université de Prague en République tchèque et l'Université Jagellon en Pologne, toutes deux fondées au XIV^e siècle. Les pays de la région disposent d'un vaste vivier d'inventeurs et de créateurs talentueux et bien formés, ainsi que d'une forte capacité de production de connaissances et d'approfondissement du savoir.

Si, d'une manière générale, les pays d'Europe centrale et orientale ont considérablement renforcé leurs capacités à innover, nombreux sont ceux dans le monde de l'entreprise à savoir pertinemment que des progrès supplémentaires sont nécessaires pour faire en sorte que la région prenne conscience de tout son potentiel d'innovation et en tire avantage.



Compte tenu de l'importance fondamentale des universités, génératrices de nouvelles connaissances, et du fait que le savoir occupe une place de plus en plus significative sur le plan de la production, beaucoup pensent que le renforcement des relations entre le milieu universitaire et le monde de l'entreprise dans la région est très prometteur au niveau de la stimulation de ses performances en matière d'innovation et de l'amélioration de sa croissance économique.

Une collaboration plus étroite et plus efficace entre les universités et les entreprises peut également contribuer à endiguer l'émigration de la main-d'œuvre qualifiée. L'"exode des compétences" qui affecte à l'heure actuelle de nombreux pays de la région fait qu'il est de plus en plus difficile pour les universités et les entreprises de retenir les personnes de haut niveau dont elles ont besoin pour accroître leurs capacités en vue de créer des technologies à forte valeur ajoutée.

Pour ce qui est de consolider la croissance économique à long terme de la région, les enjeux ne pourraient pas être plus élevés. Le lien entre le développement technologique et la croissance économique est à présent solidement établi. Dès les années 50, le prix Nobel d'économie Robert Solow a calculé que l'entrée en application de nouvelles technologies intervenait pour 80% de la richesse ou du produit intérieur brut d'un pays. Dans l'économie du savoir d'aujourd'hui, qui repose sur le numérique, la nécessité d'innover et de développer de nouvelles technologies est devenue cruciale pour la compétitivité des entreprises présentes sur les marchés nationaux et mondiaux, pour la croissance économique et la création d'emplois de plus haut niveau.

Les travaux menés par le NESTA, groupe de réflexion chargé de promouvoir l'innovation, montrent bien que les six pour cent d'entreprises innovantes britanniques dont les taux de croissance sont les plus élevés ont été à l'origine de la moitié des nouveaux emplois créés au Royaume-Uni entre 2002 et 2008. De même, le Rapport de 2011 sur la propriété intellectuelle dans le monde que l'OMPI a publié met-il en évidence la contribution décisive apportée par les universités et les organismes publics de recherche, en tant que producteurs et diffuseurs de connaissances, dans le développement des systèmes nationaux d'innovation (voir : www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2012/03/article_0008.html)

"Les entreprises et autres innovateurs comptent sur la recherche publique et les travaux futurs des scientifiques pour produire des innovations revêtant une importance commerciale", indique le rapport. L'importance grandissante de la science comme fondement du progrès technologique, relève ledit rapport, confirme également qu'il est capital de renforcer les liens entre les universités et les entreprises.

Le rapport cite un certain nombre d'études économiques démontrant l'effet positif qu'a la recherche universitaire sur l'innovation et la productivité industrielle. Il laisse entendre,

cependant, que le transfert des connaissances universitaires ne pourra fonctionner que si un "échange bidirectionnel, fondé sur la complémentarité des capacités des secteurs public et privé de la recherche" est mis en œuvre. S'inscrivant dans cet agencement, la propriété intellectuelle revêt une importance cruciale.

Les expériences dans un certain nombre de pays laissent entrevoir les avantages dont les universités peuvent bénéficier en adoptant une approche entrepreneuriale plus rigoureuse en matière de brevets et de licences. Dans certains cas, une telle approche a contribué à améliorer la qualité de la recherche universitaire et à mettre en place des mécanismes visant à promouvoir le transfert de technologies de pointe intéressantes du point de vue commercial. Aux États-Unis d'Amérique, par exemple, les études démontrent que l'activité des universités en matière de brevets et de licences a été essentielle à l'apparition de nouvelles industries et que les entreprises dérivées des universités américaines sont davantage susceptibles de se développer jusqu'à devenir des entreprises viables et créent un plus grand nombre d'emplois. Pareillement, les expériences au Japon et en Finlande montrent bien que les universités et les organismes publics de recherche peuvent exploiter leur potentiel d'innovation, en adoptant une politique efficace en matière de propriété intellectuelle qui transforme la recherche publique en actifs commerciaux précieux et promeut l'utilisation stratégique de ces actifs.

MOBILISER LE POTENTIEL D'INNOVATION DES UNIVERSITÉS

Comment, donc, peut-on mieux tirer parti de l'énorme potentiel des institutions universitaires d'Europe centrale et orientale afin d'exploiter tout le potentiel de la région et de stimuler la croissance économique? La Division de la coopération avec certains pays d'Europe et d'Asie de l'OMPI a élaboré une série d'outils permettant de relever les défis auxquels les pays d'Europe centrale et orientale sont confrontés lorsqu'il s'agit de renforcer les liens entre le milieu universitaire et le monde de l'entreprise. Ces outils, qui se composent d'études, de principes directeurs, de recommandations et de modèles de politiques, sont destinés à aider les pôles de recherche publics tout au long du processus d'innovation, de la conception à la commercialisation.

L'étude de l'OMPI sur *Le transfert de technologie dans les pays en transition* propose des recommandations générales qui contribuent à favoriser une collaboration universités-entreprises plus étroite. Elle formule des orientations générales pour le développement et la mise en œuvre de pratiques de transfert de technologie plus efficaces, avantageuses pour les deux parties.

De la même manière, les principes directeurs de l'OMPI sur *La gestion de la propriété intellectuelle à un stade précoce de l'innovation au sein des universités dans les pays en transition*

recensent-ils les pratiques efficaces de gestion de la propriété intellectuelle pour les innovations à un stade précoce. Ces principes directeurs reposent sur une étude comparative des pratiques actuelles qui cerne les goulets d'étranglement dans le processus d'innovation considéré. Ils s'articulent autour de trois axes principaux, à savoir le transfert de technologie, les organismes de transfert de technologie et la gestion des droits de propriété intellectuelle au sein des universités, et fournissent des indications utiles sur toute une série de questions concernant notamment la gestion des portefeuilles de brevets, les stratégies efficaces de commercialisation et la gestion de la technologie. Ce guide pratique définit une marche à suivre pour ceux qui souhaitent tirer parti de la valeur commerciale de la recherche universitaire. Il inventorie les risques potentiels et dégage les solutions envisageables dans le cadre de la commercialisation d'une technologie.

Le *Modèle de politique en matière de propriété intellectuelle à l'intention des universités et des organismes de recherche* de l'OMPI vient compléter la série d'outils mis à disposition pour favoriser le développement d'écosystèmes nationaux de l'innovation dans la région. Modèle destiné à soutenir les universités dans l'élaboration de leurs propres politiques en matière de propriété intellectuelle, il présente les différents droits et stratégies pouvant être utilisés en vue de protéger, d'exploiter et de commercialiser des actifs de propriété intellectuelle.

Les universités et les organismes publics de recherche peuvent tirer d'importants bénéfices de la mise en œuvre d'une stratégie globale de propriété intellectuelle. Une telle démarche est prometteuse en termes de viabilité financière à long terme, grâce à la possibilité de création de sources de revenu provenant de la concession de licences sur des technologies issues de la recherche. Cette démarche est également susceptible d'améliorer, sur le plan qualitatif, la recherche et développement. La commercialisation de technologies de pointe et la création de start-up dérivées d'universités offrent aux étudiants de troisième cycle des possibilités d'emploi intéressantes. Par ricochet, cela peut encourager la venue d'étudiants et de chercheurs talentueux, aux idées neuves et aux aptitudes nouvelles. Qui plus est, une fois mise en place une politique institutionnelle de la propriété intellectuelle efficace, l'université est bien placée pour profiter des opportunités de collaboration internationale en matière de recherche. La complexité des défis scientifiques actuels est telle qu'en l'absence de partenariats reposant sur des accords de propriété intellectuelle solides, peu de progrès scientifiques à l'incidence importante peuvent être réalisés. Comme l'a récemment indiqué un universitaire, les pratiques de recherche sont passées depuis quelque temps du mode du "publier ou périr" à celui du "s'associer ou périr".

L'utilisation efficace de la propriété intellectuelle dépend toutefois de la compréhension du fonctionnement du système et de la façon dont il peut être utilisé de la manière la plus avantageuse. Si des progrès considérables ont été accomplis en termes de sensibilisation à la propriété intellectuelle ces

dernières années, il reste encore beaucoup à faire. Outre l'éventail des formations sur la propriété intellectuelle proposées par l'académie de l'OMPI (www.wipo.int/academy/fr/), l'Organisation a mis sur pied un outil pour l'enseignement de la propriété intellectuelle dans les pays d'Europe centrale et orientale. Cet outil détermine les besoins particuliers de ces pays en matière de propriété intellectuelle, eu égard à la formation et à l'éducation. Il propose des programmes de base ainsi que des méthodes innovantes d'enseignement de la propriété intellectuelle. Tous les détails sur l'éventail des outils élaborés spécialement pour les pays de la région sont disponibles à l'adresse www.wipo.int/dcea/en/.

Comme Thomas Edison l'a fait observer, "[l]e génie est fait de 1% d'inspiration et de 99% de transpiration". Ce n'est qu'en instaurant un système de mesures visant à stimuler la créativité et à en exploiter efficacement les fruits grâce à l'utilisation de la propriété intellectuelle que nous pourrions veiller à ce que tout le travail investi dans l'innovation au sein des universités et des organismes publics de recherche ne soit pas gaspillé. Une stratégie efficace de la propriété intellectuelle constitue un élément essentiel pour faire en sorte que la région soit en mesure de développer et d'exploiter pleinement sa capacité à innover et, par là-même, à stimuler la croissance économique à long terme. ♦



OMPI

ORGANISATION MONDIALE
DE LA **PROPRIÉTÉ**
INTELLECTUELLE

Pour plus d'informations,
veuillez contactez l'OMPI
à l'adresse www.wipo.int

34, chemin des Colombettes
C.P. 18
CH-1211 Genève 20
Suisse

Téléphone :
+4122 338 91 11

Fax :
+4122 733 54 28

OMPI – Magazine est une publication bimestrielle distribuée gratuitement par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) dont le siège est à Genève (Suisse). Il vise à faire mieux comprendre la propriété intellectuelle et les activités de l'OMPI au grand public et n'est pas un document officiel de l'Organisation. Les vues exprimées dans les articles et les lettres des contributeurs extérieurs ne reflètent pas nécessairement la position de l'OMPI.

Pour toute observation ou question, on est prié de s'adresser au rédacteur en chef à l'adresse suivante : WipoMagazine@wipo.int

Copyright ©2013 l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle

Tous droits réservés. Les articles figurant dans le *Magazine* peuvent être reproduits à des fins d'enseignement. Aucune partie ne peut, en revanche, être reproduite à des fins commerciales sans le consentement exprès écrit de la Division de la communication de l'OMPI, dont l'adresse est indiquée ci-dessus.