



2



HISTOIRE DE DEUX CAFÉS

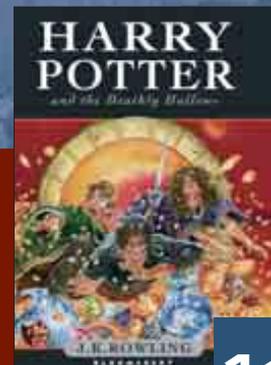
7



RACONTER LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Sensibilisation
aux Philippines

HARRY POTTER et
la manne de la propriété
intellectuelle



14

Vous faites de la sensibilisation? Nous aimerions avoir de vos nouvelles

Pour les offices de propriété intellectuelle comme pour les divers secteurs de l'industrie, la sensibilisation aux questions de propriété intellectuelle constitue désormais un impératif. L'OMPI s'emploie à aider les personnes qui participent à des activités dans ce sens par un certain nombre de publications telles que guides de sensibilisation en ligne, articles ciblés dans le Magazine de l'OMPI, communiqués de presse, documentation à l'intention des jeunes et des PME, etc.

Le questionnaire joint à la présente édition du Magazine vise à donner à l'OMPI une idée plus précise des besoins et des capacités en matière de sensibilisation de ses États membres et des autres parties prenantes. Les informations qu'il permettra de recueillir serviront à améliorer la qualité et la gamme des produits et des activités de sensibilisation de l'OMPI et à cerner les domaines possibles de coopération entre États membres dans ce domaine.



Si vous participez à la réalisation d'activités de sensibilisation à la propriété intellectuelle – ou si vous souhaitez élargir cette participation – nous vous remercions de prendre quelques minutes pour remplir ce questionnaire et nous le retourner avant le 30 novembre 2007 – vous pouvez aussi le faire en ligne à l'adresse suivante: <http://www.wipo.int/ip-outreach/fr/>.

Calendrier des réunions

24 SEPTEMBRE AU 3 OCTOBRE ■ GENÈVE

■ *Assemblées des États membres de l'OMPI (quarante-troisième série de réunions)*

Tous les organes des assemblées des États membres de l'OMPI se réuniront en session ordinaire.

Invitations: en qualité de membres, les États membres de l'OMPI; en qualité d'observateurs, d'autres États et certaines organisations.

15 OCTOBRE ■ GENÈVE

■ *Réunion d'experts des noms de domaine*

Réunion des experts siégeant dans les commissions de règlement des litiges relatifs aux noms de domaine en vue d'un échange d'informations sur des précédents et des procédures en matière de règlement des litiges de ce type à l'OMPI.

Invitations: réservée aux experts siégeant dans les commissions de règlement des litiges relatifs aux noms de domaine.

16 ET 17 OCTOBRE ■ GENÈVE

■ *Atelier de l'OMPI à l'intention des arbitres*

Réunion annuelle destinée à toutes les parties intéressées par les procédures d'arbitrage de l'OMPI, qu'il s'agisse d'arbitres ou de représentants potentiels de parties.

Invitations: ouvert aux parties intéressées, moyennant paiement d'un droit d'inscription.

18 ET 19 OCTOBRE ■ GENÈVE

■ *Atelier avancé de l'OMPI sur le règlement des litiges relatifs aux noms de domaine: informations sur les pratiques et les précédents*

Réunion destinée à toutes les personnes désireuses de recevoir des informations sur les tendances observées dans les décisions rendues par les commissions de l'OMPI chargées du règlement des litiges aux noms de domaine.

Invitations: ouvert aux parties intéressées, moyennant paiement d'un droit d'inscription.

TABLE DES MATIÈRES

- 2 QUAND L'**ORIGINE** COMPTE - DEUX CAFÉS...
- 6 ...ET UN THÉ
- 7 **SOUS LES PROJECTEURS**
SENSIBILISATION À LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE AUX
PHILIPPINES - PAS DE RACCOURCIS
- 10 EN QUOI LA GESTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
EST-ELLE IMPORTANTE POUR LE SECTEUR PUBLIC?
- 14 **HARRY POTTER** ET LA MANNE DE LA PROPRIÉTÉ
INTELLECTUELLE
- 16 MOBILISATION DE RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES
POUR LE DÉVELOPPEMENT
- 19 FONDS FIDUCIAIRES - **CORÉE**
- 20 **DÉVELOPPEMENT ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**
TUNISIE - UNE NOUVELLE ÉCONOMIE DU SAVOIR
- 23 L'ÉCOLE EST FINIE
- 24 ROCK 'N' ROLL AU **BANGLADESH**:
PROTÉGER SES DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
PAR-DELÀ LES FRONTIÈRES
- 26 **L'ACTUALITÉ EN BREF**
- 28 **SENSIBILISATION**
LE DROIT D'AUTEUR ET LES ARTS

MAGAZINE DE L'OMPI NUMÉRO 5/2007

Rédaction

John Tarpey, Elizabeth March,
Sylvie Castonguay

Avec la contribution de

Joe Bradley – Mobilisation de ressources
supplémentaires pour
le développement
Tae-Geun Kim et Won-Sun Lim – Fonds
fiduciaires – Corée

Remerciements

Wend Wendland (Division des questions
mondiales de propriété intellectuelle de
l'OMPI); Peter Button (UPOV); Matthew
Bryan (Division juridique du PCT de
l'OMPI); Olga Spasic (Division de la pro-
priété intellectuelle et des nouvelles
technologies de l'OMPI) – Mobilisation
de ressources supplémentaires pour le
développement

Traduction

Henri Tasca

Graphisme

Sheyda Navab

Photographie de couverture

Photos.com

© Organisation mondiale
de la propriété intellectuelle

QUAND L'ORIGINE COMPTÉ

Deux cafés...

Le café est la matière première la plus négociée après le pétrole sur les bourses mondiales. Chaque année, plus de 400 milliards de tasses de café sont bues sur la planète. Pour les détaillants des pays riches, cela représente un marché énorme de consommateurs disposés à déboursier US4 dollars pour un cappuccino. Pour les agriculteurs des pays en développement, cet engouement se traduit plutôt par de longues journées de labeur qui leur rapportent souvent moins d'un dollar. Cultivateurs et gouvernements des pays producteurs tentent de réduire ce déséquilibre en utilisant divers mécanismes de propriété intellectuelle pour distinguer leurs produits sur les marchés et s'assurer ainsi une meilleure rentabilité.

Au mois de juin dernier, des représentants de deux des principaux producteurs de café, l'Éthiopie et la Colombie, sont venus parler, à l'occasion du Colloque international de l'OMPI sur les indications géographiques, des expériences de leur pays à cet égard. Dans ce second article de sa série sur les indications géographiques, le Magazine de l'OMPI examine les moyens qu'ils ont mis en œuvre l'un et l'autre pour parvenir à des objectifs comparables.

L'Éthiopie et l'affaire Starbucks



“Les gens disaient: Ah bon? L'Éthiopie produit du café?” Au colloque 2007 de l'OMPI sur les indications géographiques, M. Getachew Mengistie décrit l'initiative de dépôt de marques de cafés fins et de concession de licences entreprise par l'Éthiopie.

Rares sont ceux qui n'ont pas vu les titres dont regorgeait la presse internationale à la fin de l'année dernière: “Starbucks contre l'Éthiopie” (*Le Monde*), “Oxfam demande à l'entreprise US Starbucks d'arrêter de ‘brimer les pauvres’ en Éthiopie” (*Pressafrique*), *Storm in a Coffee cup* (*The Economist*), pour n'en citer que quelques-uns. L'image des planteurs de café de l'un des pays les plus

pauvres de la terre se débattant face à la toute-puissance d'une chaîne américaine dont le chiffre d'affaires représentait, en 2005, les deux tiers du PIB de l'Éthiopie tout entière suscitait la sympathie du public et avait donné lieu à une campagne de

grande envergure de la part d'Oxfam et d'autres organisations de commerce équitable.

Mais M. Getachew Mengistie, le dynamique directeur général de l'Office éthiopien de la propriété intellectuelle (EIPO) dresse de l'affaire un tableau plus nuancé que celui de l'épreuve de force évoquée par les journaux. “Il ne s'agissait pas d'une lutte à finir, où nous devons l'emporter sur eux ou eux sur nous, explique-t-il dans une entrevue accordée en marge du colloque de l'OMPI. Nous avons toujours insisté sur le fait que notre but était de donner à l'Éthiopie la possibilité de travailler avec l'industrie afin de donner de la valeur à ces marques de café. C'était dans l'intérêt des planteurs, des importateurs, des torréfacteurs et des distributeurs autant que dans celui des consommateurs.”

L'histoire débute en 2004, lorsque l'EIPO décide de rechercher avec des partenaires un mécanisme susceptible de garantir aux producteurs de café éthiopiens une part plus importante des prix de détail considérables aux

quels se vendent leurs cafés Harrar, Sidamo et Yirgacheffe. Après une étude approfondie et de nombreuses consultations, ils élaborent un projet visant à saisir toute la valeur incorporelle attachée aux cafés fins sélectionnés. Un consortium de parties prenantes est formé sous la direction de M. Mengistie. Ses membres sont des représentants des coopératives agricoles, des exportateurs de café et de divers organes du gouvernement, qui se fixent pour principal objectif de faire mieux connaître leurs produits et leurs qualités distinctives au moyen de marques permettant de les positionner de manière stratégique sur le marché en pleine expansion des cafés de haut de gamme. Ils entendent en outre protéger la titularité de l'Éthiopie sur les noms de ces cafés, de manière à éviter leur appropriation illicite. Leur projet obtient l'aide financière du Ministère du développement international (DFID) du Royaume-Uni, l'appui technique d'une ONG de Washington *Light Years IP* et les conseils juridiques du cabinet américain *Arnold and Porter*.

Un plus gros gâteau à partager

Les parties prenantes ayant opté pour la protection par le droit des marques, l'EIPO a alors entrepris de déposer dans les principaux marchés du café des demandes d'enregistrement portant sur les noms Harrar/Harar, Sidamo et Yirgacheffe. Leur intention était de combiner à cette démarche une offre innovante de reconnaissance de licences sans redevances en faveur de sociétés de café étrangères, en échange d'une promotion active sur le marché des cafés de spécialité des marques Harrar, Sidamo et Yirgacheffe par le réseau de distributeurs ainsi constitué. “L'idée est d'augmenter la taille du gâteau et de s'en remettre au marché pour payer, explique M. Mengistie; cela nous permet de nous assurer l'aide des grandes entreprises pour développer la notoriété de nos marques sur les marchés internationaux – chose que nous n'avons

“Pour que le commerce soit plus juste et plus équitable, il convient avant tout de mobiliser les forces du marché et de permettre aux pays pauvres de bénéficier des droits de propriété intellectuelle.”

Raymond C. Offenheiser, président d'Oxfam America, qui a fait campagne pour défendre la cause de l'Éthiopie.

ni les compétences ni les moyens de faire nous-mêmes – et de créer ainsi une demande durable pour nos produits au lieu de rechercher des profits immédiats.”

Cette stratégie se heurta tout d'abord à l'obstacle du coût des services juridiques liés à l'enregistrement des marques à l'étranger (l'Éthiopie n'étant pas, par surcroît, membre du système de Madrid concernant l'enregistrement international des marques). Cette difficulté devait toutefois être surmontée grâce à l'aide de plusieurs cabinets qui acceptèrent de ne pas facturer leurs services. Entre 2005 et 2007, l'EIPO a ainsi déposé les marques Harrar, Sidamo et Yirgacheffe dans 34 pays et s'était vu accorder, notamment par le Canada, l'Union européenne, le Japon et les États-Unis d'Amérique, 28 enregistrements à la mi-2007.

Oppositions

À l'été 2006, pourtant, le projet semblait sérieusement menacé. L'Office des brevets et des marques des États-Unis d'Amérique (USPTO) avait en effet approuvé la demande d'enregistrement de la marque Yirgacheffe, mais l'Association américaine du café (NCA), qui représente les torréfacteurs américains, s'était opposée tout d'abord à l'enregistrement de la marque Harrar, puis à celui de la marque Sidamo. Les motifs d'opposition étaient les mêmes dans les deux cas, à savoir que le terme en question, étant devenu le nom générique d'un type de café, ne remplissait pas les conditions nécessaires pour être enregistrable en vertu de la législation américaine sur les marques. L'USPTO avait rejeté la demande d'enregistrement de la marque Harrar en octobre 2005 et celle de la marque Sidamo, au mois d'août 2006.

La société Starbucks, qui était, selon les médias, l'une des instigatrices de l'opposition, offrit alors officiellement à l'EIPO de l'aider à établir un système national de marques de certification, afin de permettre aux cultivateurs de protéger leurs cafés en les commercialisant sous des indications géographiques “robustes.” “Ce sont des mécanismes beaucoup plus efficaces que l'enregistrement à titre de marques de termes descriptifs du point de vue géographique, lequel est d'ailleurs contraire aux lois et coutumes générales en matière de marques” devait-elle déclarer. L'EIPO et ses conseillers exprimèrent toutefois leur désaccord. Les désignations en question, firent-ils valoir, ne s'appliquaient pas à des lieux géographiques, mais à des types de cafés distinctifs. En outre, il convenait d'utiliser des outils de propriété intellectuelle appropriés aux besoins spécifiques en cause. “Il faut comprendre, explique M. Mengistie, qu'en Éthiopie, notre café est cultivé sur quatre millions de minuscules lopins de terre. La



En Éthiopie, le secteur du café fait vivre environ 15 millions de personnes et représente 60% de la valeur des exportations.

mise en place d'un système de certification aurait été impraticable et trop coûteuse. L'enregistrement de marques convenait mieux à nos besoins. C'était une voie plus directe, qui offrait plus de contrôle.”

Sortie d'impasse

L'EIPO a donc formé des recours contre les décisions de l'USPTO, en produisant à l'appui des documents démontrant que les termes Harrar et Sidamo bénéficiaient d'un caractère distinctif acquis. Tant la société Starbucks que le gouvernement éthiopien étaient cependant désireux de trouver au plus tôt un terrain d'entente et une manière souple d'aller de l'avant. Leurs efforts conjoints permirent d'annoncer, au mois de juin, qu'ils avaient conclu, en ce qui concerne la distribution, la commercialisation et la concession sous licence des désignations de cafés de spécialité d'Éthiopie, un accord mutuellement satisfaisant qui allait fournir un cadre de coopération propre à favoriser la reconnaissance des désignations Harrar, Sidamo et Yirgacheffe. M. Samuel Assefa, ambassadeur d'Éthiopie aux États-Unis, a applaudi la société Starbucks pour la citoyenneté d'entreprise dont elle a fait preuve. “Cette alliance, a-t-il déclaré, souligne l'importance du rôle que peuvent jouer des entrepreneurs visionnaires dans la création d'un espace pour des engagements bénéfiques à tous entre les entreprises [d'envergure mondiale] et les pays en voie de développement.”

Quelle est donc la solution qui a été adoptée? En substance, la société Starbucks a accepté de signer des accords de licences volontaires par lesquels elle reconnaît immédiatement à l'Éthiopie la titularité des noms Harrar, Sidamo et Yirgacheffe, *qu'ils fassent ou non* l'objet d'un enregistrement de marque. Les commentateurs juridiques ont été prompts à relever la présence dans le texte de l'accord du terme “désignation,” qui permet de contourner l'obstacle présenté par la situation des demandes Harrar et Sidamo. “En effet, confirme M. Mengistie, le terme ‘désignation’ est utilisé ici parce qu'il est plus large que celui de ‘marque,’ ce qui permet d'englober certaines des marques qui sont encore en instance d'enregistrement. Il est sans rapport avec la certification.”



Baume

Le 21 août dernier, l'EIPO a été avisé par l'USPTO que son recours dans le dossier Harar avait été accueilli (la demande d'enregistrement de la marque Sidamo est toujours en instance). Qui plus est, il s'avère que son conflit tant médiatisé avec Starbucks n'a pas eu que de mauvais côtés. L'affaire a en effet connu un tel retentissement qu'elle a fait découvrir les cafés éthiopiens à un public beaucoup plus

large. "Nous avons commencé à augmenter les prix de ces produits, en partie parce qu'ils bénéficient maintenant d'une plus grande notoriété, explique M. Mengistie; il y a seulement trois mois, les coopératives de planteurs et les exportateurs m'ont dit que le prix du Yirgacheffe était déjà passé à US2 dollars la livre, ce qui représente une augmentation de 60 cents." ■

Colombie: 50 ans de stratégie

Les planteurs de café de la Colombie sont habitués depuis longtemps à élaborer des stratégies pour protéger leurs produits et en favoriser la commercialisation. Luis Fernando Samper, directeur de la propriété intellectuelle de la Fédération nationale des caféiculteurs de Colombie (FNC), qui représente les intérêts de 560 000 petits producteurs colombiens de café, retrace ici d'une manière très instructive l'itinéraire qu'ils ont suivi à cet égard.

À la fin des années 50, le cours du café colombien sur les marchés mondiaux s'effondre, passant de US0,85 à 0,45 dollar la livre en raison d'un excès de l'offre. Le commerce du café est alors dominé par les torréfacteurs, qui s'assurent la flexibilité nécessaire au maintien de leurs marges bénéficiaires en mélangeant des cafés de provenances diverses et non précisées. Il en résulte que le public est très peu informé en ce qui concerne l'origine des produits qu'il consomme. Sur le marché américain, qui est alors le plus important du monde dans ce domaine, 4% seulement des consommateurs savent que la Colombie produit du café. La fédération des producteurs décide alors qu'il est temps que les choses changent. "La FNC s'est dit: Notre café est bon; nous devons dire aux consommateurs d'où il vient," raconte M. Samper. C'est ainsi que la Colombie devint le premier pays producteur de café à s'engager dans une stratégie dynamique de positionnement et de commercialisation de ses produits.

La FNC commença par donner, littéralement, visage humain au café colombien. Avec l'aide d'une agence de publicité new-yorkaise, elle créa en effet le personnage de Juan Valdez®, qui personnifiait le planteur de café



Le territoire de production caféicole de la Colombie – l'un des plus grands du monde – s'étend sur trois cordillères des Andes et 86 microclimats. Cela permet de produire toute l'année des cafés Arabica de haute qualité.

colombien typique. Les téléspectateurs nord-américains des années 60 commencèrent ainsi à voir des annonces montrant Juan Valdez au milieu d'une plantation, accompagné de sa fidèle mule, en train de sélectionner minutieusement les meilleures fèves de café pour les cueillir ensuite à la main. Le message retenu fut que le café colombien était cultivé et récolté avec le plus grand soin, sans mécanisation excessive et dans des conditions climatiques idéales, c'est-à-dire beaucoup de soleil, des précipitations abondantes et un sol volcanique fertile. La demande augmenta. De nombreux torréfacteurs se mirent à présenter leurs produits comme étant du café colombien. Et surtout, certains lancèrent des cafés de haut de gamme,

d'origine exclusivement colombienne.

Vers la marque de certification

Maintenant que la réputation du café colombien était établie, de même que la demande, il fallait apprendre aux consommateurs à distinguer, sur les étagères des magasins, les produits composés à 100% d'authentique café de Colombie. Il n'était pas question de demander l'enregistrement du terme "café de Colombie" en tant que marque, étant donné que ce dernier était descriptif d'une origine géographique. La FNC décida donc, au début des années 80, de créer un logo sur la base de l'image désormais familière de Juan Valdez et de l'enregistrer, afin de pouvoir ensuite concéder des licences sur cette marque aux torréfacteurs dont les produits utilisaient exclusivement du café de Colombie. "Nous avons élaboré une stra-

tégie fondée sur une marque-ingrédient, un peu comme le logo 'Intel Inside' des ordinateurs" explique M. Samper.

Le principe était tout à fait judicieux, mais en pratique, rien n'obligeait naturellement les torréfacteurs désireux de vendre du café colombien à prendre une licence pour utiliser ce logo. De fait, il s'avéra qu'un certain nombre de torréfacteurs et de négociants n'étaient pas prêts à se plier aux conditions du contrat de licence de marque qu'ils auraient dû signer pour pouvoir apposer la marque-ingrédient Juan Valdez à côté de celle de leurs produits. Une stratégie complémentaire fut donc élaborée pour les convaincre. La République de Colombie enregistra, en collaboration avec la FNC, le mot "Colombian" aux États-Unis d'Amérique et au Canada, à titre de marque de certification pour les cafés. Les normes à respecter pour avoir le droit d'utiliser ces marques garantissaient, dès lors, que les personnes qui commercialisaient du café colombien étaient tenues de se conformer à des normes minimales de qualité et protégeaient ainsi la réputation si durement acquise de ce dernier.

Des études menées par le cabinet *KRC Research* montrèrent qu'en 2004, la proportion des consommateurs connaissant la Colombie comme un pays producteur de café était passée à 91% ou plus dans des marchés essentiels tels que les États-Unis d'Amérique, le Canada et l'Espagne, et avait atteint des niveaux très élevés dans d'autres marchés de consommation importants. Jusqu'à la lointaine Chine, où cette proportion était désormais de 72%. Pour autant, la solution des marques de certification n'était pas une sinécure. La FNC devait en effet apprendre que la défense de ses marques de certification en Amérique du Nord était une entreprise difficile et coûteuse, ses avocats étant régulièrement appelés à faire des présentations à l'USPTO afin d'empêcher l'enregistrement de marques reprenant le mot "Colombian," qui auraient donné à leurs titulaires le droit de vendre des produits ne contenant que peu, voire pas du tout, de café colombien. "Nous avons dû faire opposition à un nombre considérable de demandes d'enregistrement de marque, explique M. Samper, et nous assurer que le café vendu en tant que colombien l'était effectivement à 100%. Pas une tâche facile! Chaque test pouvait coûter jusqu'à US500 dollars, et les analyses chimiques destinées à vérifier la composition du café étaient encore plus chères. Nous avons fini par acheter le matériel pour pouvoir faire les tests nous-mêmes."

Qui plus est, ni les marques de commerce ni les marques de certification n'offraient une protection absolue contre

l'utilisation de termes tels que *Colombian blend* (mélange colombien) ou *Colombian type* (type colombien).

"Après avoir vécu cette situation pendant quelques années, poursuit M. Samper, nous avons besoin d'autre chose pour nous aider à défendre et à protéger l'origine colombienne."

Un pas de plus: les indications géographiques

Pour continuer de progresser, conclut la FNC, il fallait se tourner vers les indications géographiques. Étant donné que la législation de la Colombie prévoyait déjà ce type de protection, à l'instar de celle du Pérou, la FNC demanda donc au Gouvernement colombien, en décembre 2004, d'enregistrer la dénomination *Café de Colombia* comme indication géographique. Cette demande fut satisfaite dans les trois mois. En 2005, la FNC innova en déposant auprès de la Commission européenne une demande d'enregistrement de la dénomination *Café de Colombia* comme indication géographique au sens du droit communautaire – il s'agissait d'une première depuis que le système communautaire d'enregistrement des indications géographiques avait été ouvert aux produits des pays extérieurs à l'Union européenne. Après quelques vicissitudes, la procédure européenne se conclut, une fois expirés les deux ans de délai d'opposition, sur un dénouement heureux, soit l'officialisation, en septembre dernier, de la reconnaissance de la dénomination *Café de Colombia* comme indication géographique au sens du droit communautaire.

M. Samper observe, en résumé, que le mécanisme des indications géographiques présentait un intérêt particulier pour l'industrie colombienne du café, étant donné que l'origine revêt, dans ce domaine, une importance essentielle en ce qui concerne l'identité et la valeur du produit, tandis que les négociants préfèrent la masquer afin de bénéficier d'une plus grande souplesse. Contrairement aux marques de commerce et de certification, les indications géographiques sont liées d'une manière *indissociable* à des attributs et à des critères de qualité liés à l'origine des produits. Dans un monde où les consommateurs exigent de plus en plus d'être informés sur les produits qui leur sont proposés, conclut-il, les systèmes d'indications géographiques, qui offrent des garanties quant à l'origine et aux méthodes de production, ne peuvent que prospérer.



Pour avoir le droit d'utiliser le logo Juan Valdez, un produit doit être composé à 100% de café colombien, et répondre aux normes de qualité édictées par la fédération des caféiculteurs.

...ET UN THÉ

"C'est l'affaire du thé Rooibos qui nous a rappelés à la réalité" a déclaré M. Dirk Troskie, du Ministère de l'agriculture du Cape-Occidental (Afrique du Sud), aux participants du Colloque 2007 sur les indications géographiques.

Photos: Maya Lederer



Rooibos (*Aspalathus linearis*). Riche en antioxydants, la boisson nationale de l'Afrique du Sud est devenue célèbre pour ses vertus bienfaites.

Les Sud-Africains consomment du thé Rooibos depuis des générations, au point où il est considéré aujourd'hui comme leur boisson nationale. Il provient d'un arbuste (littéralement "buisson rouge") qui ne pousse que dans certaines régions arides de la partie occidentale de l'Afrique du Sud et dans des sols très particuliers. Bien que sa production n'occupe qu'environ 350 fermiers, elle joue un rôle essentiel pour la culture et l'économie de certaines communautés rurales, notamment Wupperthal et Heiveld. De plus, la notoriété mondiale du thé Rooibos a littéralement explosé au cours des dernières années, en raison de ses vertus pour la santé.

La dénomination Rooibos avait été enregistrée en tant que marque aux États-Unis d'Amérique, en 1992, par *Forever Young*, une société sud-africaine de produits de beauté. Quand la propriétaire prit sa retraite, en 2001, elle céda cette marque à *Burke*

International, son partenaire américain, pour la somme de US10 dollars. Une procédure en annulation avait été engagée, peu après l'enregistrement de la marque, par le plus important producteur de thé Rooibos d'Afrique du Sud, la société *Rooibos Ltd*. Mais le grand public ne prit véritablement conscience des implications de l'affaire que lorsqu'une coopérative représentant de modestes cultivateurs de la région du Wupperthal se vit citer en justice lorsqu'elle voulut exporter son thé Rooibos aux États-Unis. Pour comble, *Burke International* se mit à réclamer des redevances aux sociétés sud-africaines pour l'utilisation de la dénomination Rooibos aux États-Unis. Heureusement pour les Sud-Africains, ils furent appuyés devant les tribunaux par un certain nombre de maisons de café américaines désireuses de proposer, elles aussi, du thé Rooibos. Suite à une décision rendue en février 2005 par un tribunal de district du Missouri, l'affaire se régla finalement par une transaction amiable – non sans avoir coûté au passage USD1 million aux entreprises du secteur.

Cette expérience a mené à la création d'un Conseil Rooibos et incité le gouvernement et les entreprises à s'interroger avec une urgence renouvelée sur les moyens de protéger les produits tels que le thé Rooibos, qui sont perçus comme faisant partie du patrimoine national.

Les indications géographiques sont parmi les solutions envisagées. Il existe actuellement en Afrique du Sud deux systèmes institutionnels de protection des indications géographiques. Le premier, établi de longue date et tout à fait efficace, concerne les vins et spiritueux. L'autre, en revanche, qui s'applique à tous les autres produits, est, selon M. Troskie, un assemblage de droit des marques, de règles sur la concurrence déloyale et de lois de protection du consommateur, essen-



tiellement conçu pour permettre à l'Afrique du Sud de respecter ses engagements internationaux, notamment en vertu de l'Accord sur les ADPIC. "Le résultat, déplore M. Troskie, c'est que le système protège mieux les indications géographiques étrangères que celles du pays lui-même."

L'affaire du thé Rooibos a donné un élan au processus de changement institutionnel en Afrique du Sud. Le gouvernement du pays participe actuellement, avec d'autres parties prenantes, à plusieurs vastes projets de recherche sur la protection des produits autres que les vins et spiritueux par le système des indications géographiques. Le thé Rooibos fait partie des six études de cas sud-africains examinées dans ce contexte. Des spécifications détaillées ont été élaborées à cet effet, sur la base des connaissances communes et scientifiques relatives aux conditions nécessaires à la production d'un thé Rooibos de qualité: aire géographique, méthodes de production et de récolte, respect de la biodiversité et normes de préparation.

L'enregistrement, s'il est obtenu, permettra non seulement de protéger la titularité de l'Afrique du Sud sur un produit emblématique, mais aussi d'avantager les producteurs sud-africains en augmentant la valeur de leur produit à la source, et non pas uniquement à l'exportation.

Sensibilisation à la propriété intellectuelle aux Philippines

PAS DE RACCOURCIS



La question de la sensibilisation du public à la propriété intellectuelle est un casse-tête pour les offices de propriété intellectuelle du monde entier. Comment doivent-ils s'y prendre? En vantant les mérites du système à ses utilisateurs potentiels? En mettant l'accent sur la répression de la contrefaçon? Qui est leur audience et que doivent-ils faire pour la toucher? Comment peuvent-ils mesurer les résultats de leurs efforts? Dans cet article, rédigé pour le Magazine de l'OMPI, M. **ADRIEN S. CRISTOBAL JR.**, directeur général de l'Office de la propriété intellectuelle des Philippines, parle du programme de sensibilisation qui a permis d'encourager l'utilisation des systèmes d'enregistrement des brevets et des marques dans son pays.

L'un des rôles essentiels d'un office de propriété intellectuelle est de sensibiliser le public à l'importance des droits de propriété intellectuelle et au fonctionnement du système mis en place pour les protéger. Il est indispensable qu'il s'acquitte de cette tâche fondamentale, afin de renforcer le système de la propriété intellectuelle dans tous ses aspects et de favoriser sa contribution au développement socio-économique. Cela étant, il est tout aussi essentiel qu'il sache encourager le public à utiliser ses produits et services, de manière à assurer sa viabilité financière. C'est ce qu'a découvert l'Office de la propriété intellectuelle des Philippines le jour où l'État a cessé de le subventionner, en 2006.

Rebaptisé "IP Philippines" en 2005, dans le cadre de la modernisation de son image, l'Office de la propriété intellectuelle des Philippines a beaucoup travaillé à l'amélioration de ses programmes de sensibilisation du public. Lorsque l'on dispose de 300 employés pour administrer le système de propriété intellectuelle d'un archipel de 88 millions d'habitants composé de plus de 7000 îles, la tâche, en effet, n'est pas mince. Elle constitue en fait un défi qui occupe depuis deux ans une place centrale dans le nouveau plan stratégique de l'organisme.

Un objectif ambitieux

L'éducation du public au respect de la propriété intellectuelle constitue, pour les pays en développement, une tâche gigantesque. Dans un contexte de ressources limitées pour faire face à des problèmes urgents de pauvreté, de santé, d'éducation et de sécurité, l'investissement en communication que nécessite un tel effort peut sembler difficile à justifier. L'entreprise est encore compliquée par l'ignorance du public et l'indifférence, de la part des créateurs tout autant que des consommateurs, aux questions de propriété intellectuelle. Non seulement le sujet semble trop technique aux non-initiés, mais il constitue en outre un domaine de connaissances relativement nouveau. L'hostilité des consommateurs et leur opposition idéologique aux lois sur la propriété intellectuelle sont des obstacles encore plus difficiles à surmonter. L'incidence des droits de propriété intellectuelle sur l'accès au savoir

et aux médicaments est un sujet de controverse. Qui plus est, de larges segments du public considèrent que le système de la propriété intellectuelle n'est rien d'autre qu'un moyen, pour les multinationales étrangères, de protéger leurs intérêts dans le pays.

Il faut souligner, enfin, un manque fréquent d'expérience et de compétence des administrations, offices de propriété intellectuelle compris, en matière de commercialisation et de communication. Ce problème peut, bien sûr, être résolu par la sous-traitance, mais rien ne garantit que les experts retenus sauront "vendre" de la propriété intellectuelle, en effet, ne se vend pas aussi facilement qu'une savonnette.

En prévision de la perte de son statut d'organisme subventionné, *IP Philippines* avait fait procéder à une "vérification de ressources et de gestion," afin d'obtenir des recommandations quant à la manière d'assurer son autosuffisance. La mise en œuvre du rapport (RAMP) qui en résulta – lequel préconisait notamment une extension des fonctions de l'organisme au-delà de l'administration de la réglementation en matière de propriété intellectuelle – a débuté en 2005, avec l'aide de l'Office européen des brevets (OEB).

Certains aspects des changements recommandés dans le cadre du nouveau plan stratégique – par exemple la rationalisation des opérations, l'investissement en ressources humaines, la redéfinition des fonctions et le développement de l'infrastructure informatique – relevaient du contrôle de l'office. Ils concernent en effet des domaines (par exemple réduction du retard accumulé ou du délai de traitement) dans lesquels les indicateurs de performance sont plus faciles à définir et à mesurer à relativement brève échéance. La sensibilisation du public, en revanche, fait intervenir l'environnement extérieur, de sorte que les résultats sont plus difficiles à mesurer. Les indicateurs de performance tendent à être plus imprécis, et il faut plus de temps pour apprécier les effets d'un projet.



Les nouvelles brochures sur la propriété intellectuelle, les marques et les brevets élaborées par l'équipe des relations publiques.



La sensibilisation revisitée

Avant l'élaboration de son nouveau plan stratégique, *IP Philippines* ne participait qu'à un nombre limité de

Photos: IP Philippines



Alab Art Space: les artistes locaux qui y exposent et s'y produisent font affluer les nouveaux visiteurs au bureau d'*IP Philippines*.

grandes activités de sensibilisation du public: séminaires et conférences organisés en collaboration avec l'OMPI, l'OEB et d'autres partenaires ou foires commerciales dans lesquelles

l'office organisait des stands d'information et distribuait de la documentation. Il y avait aussi le concours de peinture et d'expression écrite, organisé chaque année dans le cadre de la semaine officielle des droits de propriété intellectuelle des Philippines. Ces dernières manifestations, toutefois, ne faisaient pas l'objet d'une grande publicité et n'attiraient donc pas un public très large. Après sept ans d'existence, l'Office de la propriété intellectuelle restait un organisme obscur, connu seulement de quelques initiés – conseils en propriété intellectuelle (représentant pour la plupart de grandes entreprises des Philippines et des sociétés multinationales), quelques universitaires, le secteur pharmaceutique et les inventeurs. La méconnaissance de l'organisme par le public était si évidente qu'il n'était même pas nécessaire d'engager des frais pour en évaluer l'étendue.

Avant de se lancer dans des projets de sensibilisation du public, *IP Philippines* devait tout d'abord définir clairement son rôle dans la société. Dans le cadre de sa nouvelle vision, l'organisme tenait à se positionner aux yeux de la communauté dans un rôle moteur pour tous les aspects du système de la propriété intellectuelle: élaboration des politiques, information du public, coordination des actions de répression, formation et autres.

Cette volonté a conduit *IP Philippines* à mener plusieurs actions stratégiques:

- **Relations publiques.** La firme de relations publiques dont les services avaient été retenus initialement a bientôt été remplacée par une équipe interne de spécialistes, dont notamment des rédacteurs et des graphistes professionnels, relevant en droite ligne du directeur général. Cette équipe publie chaque semaine des communiqués de presse et des photos portant sur des actions de répression et d'autres activités de l'office, ainsi que des documents d'information.
- **Publicité.** L'office a engagé une agence de publicité afin de concevoir une campagne de grande envergure pour l'aider à moderniser son image et à promouvoir ses produits et services.
- **Espaces d'exposition.** Deux aires d'exposition ont été aménagées au rez-de-chaussée de l'office: l'*Alab Art Space*, où les artistes locaux peuvent exposer leurs œuvres ou se produire à un coût très inférieur à celui de la plupart des galeries, et l'*Innovation Area*, où sont

exposés des brevets et des marques notoires. Cet espace peut aussi être utilisé à des fins d'établissement ou de renforcement de relations avec des PME, des inventeurs et des concepteurs industriels. L'office reçoit sur la vente des œuvres une modeste commission qu'il consacre aux frais d'entretien. Ces deux aires d'exposition permettent un contact direct du public avec *IP Philippines*.

- **Séminaires, ateliers et conférences.** Les séminaires d'orientation et de perfectionnement donnés par l'office ont tous été repositionnés, de manière à être non seulement des instruments d'information, mais aussi des "arguments de vente" pour convaincre les participants à demander l'enregistrement de leurs droits de propriété intellectuelle. Les animateurs ont dû recevoir une formation dans ce sens, et il a fallu revoir l'organisation des séminaires, en y incluant, par exemple, des ateliers sur l'enregistrement des marques ou le dépôt des brevets. Des séminaires spéciaux ont également été élaborés pour des segments de marché tel que les universités, les artistes et écrivains et les PME. *IP Philippines* a aussi établi des liens avec des associations importantes dans ces secteurs.
- **Service à la clientèle.** Les locaux de l'office consacrés au service à la clientèle ont été rénovés, de manière à être plus accueillants. Deux employés à plein temps ont été engagés pour informer la clientèle, notamment en ce qui concerne les processus d'enregistrement.
- **Activités de promotion.** *IP Philippines* a investi dans des stands d'exposition modernes, avec accès Internet à son site Web. Lorsque l'office participe à des salons, il en fait désormais de véritables "missions commerciales," où son personnel donne des mini-conférences et montre aux visiteurs comment remplir les formulaires de demande.
- **Partenariats.** L'office s'associe au secteur privé pour l'organisation d'événements spéciaux et d'activités telles que remises de prix, concours toujours très animés d'art et de dessins et participations à des émissions de radio ou de télévision.

Résultats

Le logo et le nouveau plan stratégique d'*IP Philippines* ont été lancés en 2005, à l'occasion d'un forum consultatif avec les parties prenantes du secteur de la propriété intellectuelle. En moins d'un an, des résultats concrets commençaient déjà à se manifester. La couverture médiatique est montée en flèche, tant dans la presse qu'à la radio ou à la télévision, alimentée par des communiqués d'*IP Philippines* informant le public des activités de l'office et de sa position sur des projets de loi à l'étude devant le Congrès et lui fournissant des données sur les dépôts de brevets et de marques, en guise d'indicateurs sur l'état de l'économie. Les communiqués de presse de l'office comprennent toujours un message du directeur général ou d'un autre membre du cabinet soulignant l'importance de la propriété intellectuelle pour la créativité, l'innovation et le développement économique du pays.

L'action de relations publiques d'*IP Philippines* s'est également traduite, pour ses représentants, par une augmentation du nombre d'invitations à participer à diverses tribunes et émissions de radio ou de télévision. Plusieurs universités ont organisé des séminaires sur la propriété intellectuelle à l'intention de leurs enseignants et administrateurs. Les nouveaux stands d'exposition ont permis de recueillir un certain nombre



Innovation Area: ouverte en juillet, cette aire d'exposition permet de voir des marques, des inventions et des dessins et modèles particulièrement remarquables des Philippines.

de demandes d'enregistrement de marques, et des suivis sont effectués auprès de toutes les personnes ayant manifesté un intérêt pour le dépôt d'une marque ou d'un brevet.

La modernisation des locaux d'*IP Philippines* et de son image a aussi éveillé l'intérêt du public, et le flux des visiteurs, attirés par l'*Alab Art Space* et l'*Innovation Area*, s'est intensifié.

L'idée de la campagne de publicité, en revanche, ne fut pas immédiatement acceptée par l'office. Habitué à être un monopole et un organisme de réglementation, ce dernier n'avait, en effet, jamais éprouvé le besoin d'annoncer ses services. Qui plus est, dans un contexte de rationalisation et de recouvrement des coûts au cours de la première année du plan de transition, la dépense considérable que supposait une campagne de publicité était vue d'un mauvais œil par bon nombre de ses employés, d'autant plus que la plupart d'entre eux faisaient face à une nouvelle structure de rémunération assortie de primes au rendement. Le risque de voir l'office submergé par les appels téléphoniques et les demandes de renseignements fut aussi évoqué par certains. Ceux-ci faisaient valoir que le succès d'une telle campagne pouvait être nuisible à l'organisme s'il n'était pas adéquatement préparé – par exemple par l'ajout de lignes téléphoniques et de personnel en nombre suffisant – à traiter un flot soudain d'appels. Le lancement de la campagne fut, par conséquent, remis à plus tard, tandis que l'office se concentrait sur des actions de marketing direct et de relations publiques.

Enseignements

Pour *IP Philippines*, l'un des principaux enseignements de l'expérience de formulation et de mise en œuvre de programmes de sensibilisation du public a été qu'une organisation doit absolument avoir une stratégie d'ensemble. Cela signifie qu'elle ne doit pas se contenter de changer de stratégie, de tactique et d'outils de communication, mais s'assurer que tous ceux qui la composent comprennent et partagent sa vision d'avenir ainsi que la mission et les objectifs stratégiques qu'elle se fixe. Elle doit comprendre le rôle qu'elle joue dans la société avant de pouvoir envi-

sager de communiquer efficacement avec le public.

Si elle n'a pas nécessairement convaincu 100% des employés de l'office de tous les mérites de la nouvelle situation, la démarche suivie par *IP Philippines* pour mettre en œuvre les recommandations du rapport RAMP et du nouveau plan stratégique n'en était pas moins claire: les choses allaient changer. La réalisation de la nouvelle

vision des Philippines, "créatives, compétitives et fondant leur développement national sur la propriété intellectuelle" nécessitait rien de moins qu'un *IP Philippines* dynamique, jouant un rôle mobilisateur dans tous les aspects du système de la propriété intellectuelle et faisant preuve d'ouverture envers le public.

On peut toujours sous-traiter des services de commercialisation, de publicité et de relations publiques. Il faut toutefois savoir que l'on devra ensuite consacrer beaucoup de temps et de ressources au sous-traitant, afin de lui expliquer ce que l'on est – a fortiori quand on est un office de propriété intellectuelle, c'est-à-dire le type d'organisme dont peu de cabinets privés ont l'expérience. En se dotant de son propre service de relations publiques, *IP Philippines* s'est assuré une équipe apte à raffiner toujours plus ses messages, grâce à une présence constante dans l'organisation qui lui permet un apprentissage permanent de la propriété intellectuelle.

Enfin, avant de se lancer dans une stratégie de commercialisation et de publicité à grande échelle, il est essentiel de faire le ménage chez soi, revenir à ce qui est fondamental: étant donné que le produit doit se passer de tout commentaire, il faut améliorer les services, car un mauvais produit ne se vend pas, même avec une avalanche de publicité. De plus, l'annonceur doit être prêt à absorber le flot de clients qui se présenteront après une campagne publicitaire. S'il n'a pas l'infrastructure nécessaire, son investissement sera non seulement gaspillé, mais lui causera en plus du tort en raison de la mauvaise réputation qui découlera des promesses qu'il n'aura pas tenues, des appels téléphoniques auxquels il n'aura pas répondu et des réponses décevantes qu'il aura données.

Les programmes de sensibilisation du public font partie intégrante d'une stratégie organisationnelle d'ensemble, plus large et plus approfondie. Avant de s'y lancer à corps perdu, il faut renforcer les fondations. Il est facile de se laisser séduire par une accroche, mais en fait, il n'y a pas de raccourcis.

Semaine de la propriété intellectuelle 2006



Défilé d'étudiants dans le cadre du concours de stylisme de mode Jazz-Up Your Denims.



Le personnel du service à la clientèle attend les visiteurs pour la Journée portes ouvertes d'*IP Philippines*.

EN QUOI LA GESTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE EST-ELLE IMPORTANTE POUR LE SECTEUR PUBLIC?



ANATOLE KRATTIGER est chercheur adjoint à l'Institut de biodesign de l'université Arizona State et professeur associé à l'université Cornell. Le présent article s'inspire de son éditorial dans *Intellectual Property Management in Health and Agricultural Innovation: A Handbook of Best Practices* (eds. A. Krattiger, R. T. Mahoney, L. Nelsen, et al.), une publication du MIHR d'Oxford, au Royaume-Uni, et de PIPRA, de Davis, aux États-Unis d'Amérique.

Depuis une dizaine d'années environ, rares sont les pays qui n'ont pas entrepris de revoir et d'actualiser leur législation en matière de protection des droits de propriété intellectuelle. De même, la plupart des accords commerciaux bilatéraux comportent des clauses de propriété intellectuelle. Comme le souligne, M. Francis Gurry, sous-directeur général de l'OMPI, dans sa préface de *Intellectual Property Management in Health and Agricultural Innovation: A Handbook of Best Practices*, le fait que pas moins de dix nouveaux traités multilatéraux en matière de propriété intellectuelle aient été signés au cours des 15 dernières années seulement¹ constitue une véritable "explosion législative au niveau international dans le domaine de la propriété intellectuelle." Rien d'étonnant, par conséquent, à ce que les droits de propriété intellectuelle soient souvent considérés comme une source de complications et soulèvent la controverse. En ce qui concerne la recherche médicale et le développement, ce sont notamment les incidences de l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) qui suscitent les craintes des pays à faible et à moyen revenu. Il est, bien entendu, tout à fait légitime de se demander si l'Accord sur les ADPIC aura un effet sur le prix et la disponibilité des innovations en matière de santé et d'agriculture et, dans l'affirmative, jusqu'où s'étendra cet effet. Cela dit, l'accès aux produits médicaux et agricoles est influencé par de nombreux facteurs.

Tout en reconnaissant que les droits de propriété intellectuelle sont parfois perçus comme des obstacles à l'accès aux innovations dans les domaines de la santé et de l'agriculture, l'ouvrage fait valoir que la difficulté ne tient pas à la propriété intellectuelle en tant que telle, mais à la manière dont elle est utilisée et gérée, notamment par les institutions du secteur public (universités, institutions publiques de recherche et organismes à but non lucratif). Il étudie la gestion de la propriété intellectuelle dans tous ses aspects les plus importants, en considérant toutefois que cette dernière n'est que l'un – rarement le plus important – des six éléments étroitement liés et interdépendants de l'innovation. En effet, pour répondre aux besoins des pays pauvres, d'autres efforts doivent aussi être faits pour:

- soutenir la recherche-développement;
- adopter des politiques et élaborer des systèmes réglementaires fiables et efficaces (pour l'enregistrement des médicaments et des vaccins, la sécurité biologique et alimentaire des applications de la biotechnologie dans les domaines de l'alimentation humaine et animale et des fibres, ainsi que la certification de la qualité des semences);
- encourager la qualité dans la fabrication des médicaments et des vaccins et l'investissement dans le but de favoriser la qualité dans la production des semences et des autres intrants agricoles;
- élaborer des programmes de santé nationale et des mécanismes d'extension agricole aptes à soutenir les marchés nationaux et comprenant des systèmes de distribution dans les secteurs public et privé;
- prendre des mesures propres à faciliter le commerce des produits et des technologies de la santé et de l'agriculture.

En fait, les incidences de l'Accord sur les ADPIC dépendront pour une large part de la manière dont se comportent les pays et les institutions, en plus de développer leur régime de propriété intellectuelle, à l'égard des cinq éléments de l'innovation ci-dessus. Tout indique que l'une des conditions essentielles pour exploiter tout le potentiel de l'Accord sur les ADPIC et en éviter les effets négatifs est de bien maîtriser la gestion de la propriété intellectuelle. Les pays en développement qui auront cette capacité pourront accéder à tous les nouveaux outils, technologies et ressources qui leur permettront d'améliorer radicalement la santé et le bien-être de leurs citoyens. Par exemple en Inde, l'industrie pharmaceutique privée ne consacre pas automatiquement ses ressources à la recherche de médicaments pour soigner les maladies les plus courantes dans les pays en développement; elle s'intéresse plutôt aux marchés robustes, ouverts aux nouvelles technologies en matière de santé, des pays développés. C'est pourquoi le secteur public indien devrait privilégier la recherche de solutions aux problèmes de santé qui touchent principalement les pauvres, en concentrant son effort sur les innovations

1. Protocole de Madrid (1989), Traité de Washington sur la propriété intellectuelle en matière de circuits intégrés et Traité sur le registre des films (1989), Acte de 1991 de la Convention UPOV (1991), Accord sur les ADPIC (1994), Traité sur le droit des marques (1994), Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur, Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions (1996), Traité de l'OMPI sur les phonogrammes (1996), Acte de Genève de l'Arrangement de La Haye (1999) et Traité sur le droit des brevets (2000).

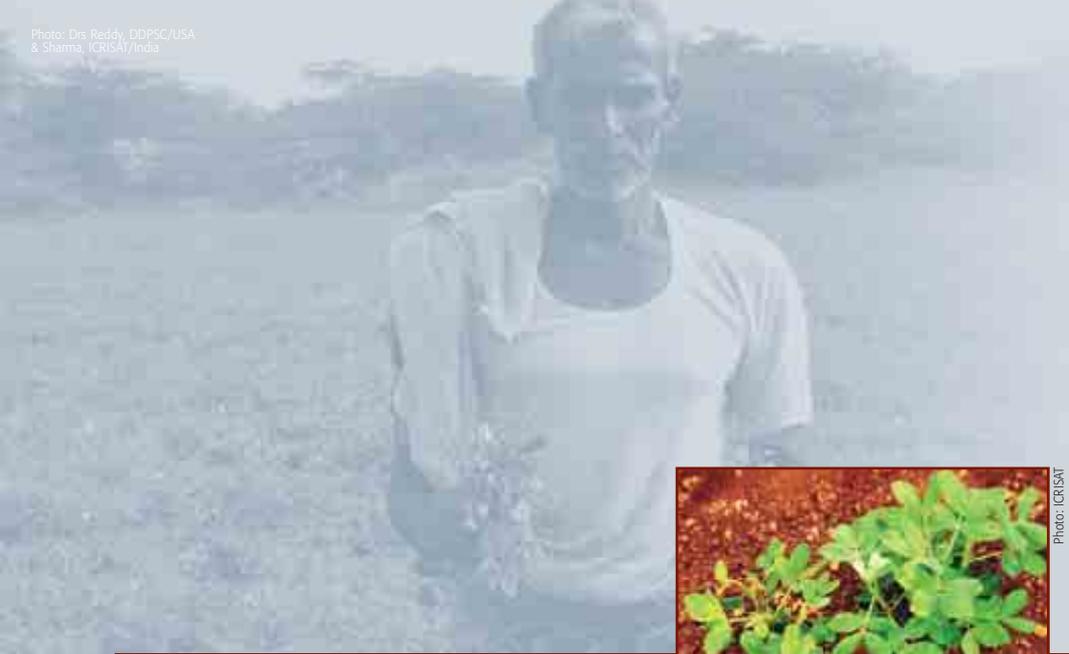


Photo: ICRISAT



Photo: Drs Reddy, DDPSC/USA & Sharma, ICRISAT/Inde

Étude de cas

A gauche: plante contaminée

Le programme arachidier de l'Inde

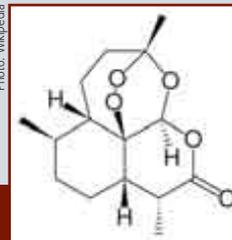
Dans le domaine de l'agriculture, un récent exemple met en scène l'*Agricultural Biotechnology Support Project II* (ABSPII), l'Institut international de recherche sur les cultures des zones tropicales semi-arides (ICRISAT), l'université agricole Acharya N. G. Ranga (ANGRAU), en Inde, et la firme *Sathguru Management Consultants* (Sathguru), également en Inde, ainsi que des licences du *Donald Danforth Plant Science Center* (le centre Danforth) et de la société Monsanto, tous deux de Saint-Louis, aux États-Unis d'Amérique. Le projet concerne l'arachide, un oléagineux de base, cultivé en Inde à des fins d'alimentation humaine et animale. Cette culture s'effectue sur 7,5 millions d'hectares, avec une production d'environ 8 millions de tonnes. Elle fait vivre plus de cinq millions de petits cultivateurs et exploitants marginaux. Un nouveau virus a causé des pertes de plus de USD65 millions et menace sérieusement de priver les agriculteurs de leur seul moyen de subsistance. Des applications de la biotechnologie alimentaire ont toutefois démontré par ailleurs qu'il est possible d'éviter les effets dévastateurs de cette infection par une technique connue faisant intervenir la protéine de coque (CP) du virus. L'ABSPII a donc mis sur pied le projet décrit dans le tableau ci-après, dans le but d'élaborer une arachide résistante au virus en question afin d'aider, tout d'abord, les petits cultivateurs de l'Inde, puis ultérieurement ceux des pays voisins.

Conditions essentielles des accords de licence intervenus dans le cadre du programme arachidier entre l'ABSPII, l'ICRISAT, l'ANGRAU, Sathguru, le centre Danforth et la société Monsanto²

Donneur de licence	Preneur(s) de licence	Conditions essentielles
Monsanto	Non-revendication de droits	La société Monsanto s'est engagée à ne pas revendiquer de droits pour les usages non commerciaux des brevets relatifs à la technique mettant en œuvre la protéine de coque.
Danforth Center	Sathguru et ICRISAT	Licence sans redevances pour les usages par des petits cultivateurs dans des variétés du secteur public de toute technologie du centre Danforth ayant rapport à la résistance des arachides au virus. Paiement de redevances pour tout usage de ces technologies dans des variétés hybrides à des fins commerciales.
Sathguru et ICRISAT	ANGRAU	Sous-licence non exclusive sans redevances pour les usages par des petits cultivateurs dans des variétés du secteur public de toute technologie ayant rapport à la résistance des arachides au virus.
Sathguru	Plusieurs Négociations en cours	Négociation de licences non exclusives en cours avec des entreprises privées d'amélioration variétale, en ce qui concerne l'élaboration de variétés d'arachides hybrides. Ces licences prévoient le versement d'un droit initial, puis de redevances. Les montants perçus seront investis dans le développement des variétés mises au point à l'usage des petits cultivateurs.

2. Medakker A et V Vijayaraghavan. 2007. *The Groundnut Story: A Public-Private Initiative focused on India*. Étude de cas 2. In *Executive Guide to Intellectual Property Management in Health and Agricultural Innovation: A Handbook of Best Practices* (A Krattiger, RT Mahoney, L Nelsen, et al.). MIHR: Oxford, R.-U. et PIPRA: Davis, É.-U. Page CS9. En ligne: www.ipHandbook.org.





Étude de cas

Réduire les coûts de traitement de la malaria

Dans le domaine de la santé, un organisme à but non lucratif, l'*Institute for OneWorld Health* (iOWH) www.oneworldhealth.org/, a formé un partenariat unique en son genre avec l'université Berkeley de Californie et une jeune entreprise issue de cette dernière, *Amyris Biotechnologies, Inc.* Ce projet vise à réduire de manière importante le coût de l'artémisinine, précurseur clé dont les dérivés sont utilisés dans la production, par synthèse biologique, fermentation industrielle et synthèse chimique, des ACT (*Artemisinin Combination Therapies* ou combinaisons thérapeutiques à base d'artémisinine). Les ACT sont administrés dans le traitement du paludisme (ou malaria), une maladie qui touche chaque année jusqu'à 500 millions de personnes et cause 1,5 million de décès, majoritairement chez les enfants d'Afrique et d'Asie. Des études effectuées au Vietnam ont montré que les associations médicamenteuses contenant des dérivés d'artémisinine peuvent réduire de 97% le taux de mortalité. Le problème est qu'à US2,40 dollars le traitement de trois jours, le coût de cette prévention est souvent trop élevé pour les populations des pays les plus touchés. C'est pourquoi la fondation Bill et Melinda Gates finance les travaux visant à éliminer le besoin d'extraire l'artémisinine au moyen d'une technologie de synthèse biologique. L'université Berkeley poursuit la recherche fondamentale, tandis que la recherche appliquée sur les processus de fermentation et de transformation chimique est effectuée par la société Amyris et que l'iOWH s'occupe des indispensables aspects réglementaires, dirige la mise en œuvre de la stratégie de création de produits pour le monde en développement et formule une stratégie de commercialisation fondée sur une connaissance approfondie des exigences réglementaires dans le monde et une analyse des modèles actuels de chaîne d'approvisionnement et de distribution dans le domaine industriel.

Afin d'assurer l'accessibilité de leurs produits, les partenaires se sont engagés à accepter une rentabilité réduite dans le domaine du paludisme et ont mis au point des mécanismes de licence créatifs, grâce auxquels les pays en développement pourront se les procurer au plus bas prix possible. Les conditions exactes sont décrites dans le tableau ci-dessous. Cet arrangement présente des avantages pour toutes les parties concernées: l'université bénéficie des subventions de recherche ainsi que des redevances découlant des ventes éventuellement réalisées par Amyris en dehors du monde en développement, Amyris, en sa qualité d'entreprise à but lucratif, a la possibilité d'utiliser les innovations relatives à l'artémisinine dans d'autres projets reposant sur la même plate-forme technologique et l'iOWH, organisme à but non lucratif, peut mettre le traitement de la malaria à la portée d'un plus grand nombre d'habitants des pays en développement, ce qui correspond à l'une de ses vocations.

Conditions essentielles des accords de licence entre l'université Berkeley, l'iOWH et Amyris en vue de la production de combinaisons thérapeutiques à base d'artémisinine (ACT) pour les pays en développement³

Donneur de licence	Preneur(s) de licence	Conditions essentielles
Berkeley	iOWH	Licence sans redevances pour la fabrication de traitements à base d'artémisinine pour usage dans le monde en développement. Licences sans redevances à iOWH sur la propriété intellectuelle élaborée dans le cadre de l'accord tripartite de collaboration aux fins de la fabrication de traitements à base d'artémisinine pour usage dans le monde en développement.
Berkeley	Amyris	Licence de mise au point du procédé de fabrication: sans redevances pour le marché de la malaria dans le monde en développement; avec redevances pour le marché de la malaria dans le monde développé, les indications de l'artémisinine autres que la malaria et les autres utilisations de la plate-forme dans le monde entier. Possibilité de concéder des licences analogues à Amyris sur la propriété intellectuelle élaborée dans le cadre de l'accord tripartite de collaboration.
iOWH/Amyris	Fabricants	À déterminer; sans redevances pour la fabrication et la distribution dans les pays en développement avec, le cas échéant, fixation d'échéanciers, contrats d'approvisionnement du secteur public, limitations de prix (prix de revient + marge) et contrôles de qualité.

3. Source: MIHR/PIpra. 2007. *Improved Production of a Natural Product Treatment for Malaria: OneWorld Health, Amyris, and the University of California at Berkeley*. Étude de cas 20. In *Executive Guide to Intellectual Property Management in Health and Agricultural Innovation: A Handbook of Best Practices* (A. Krattiger, R. T. Mahoney, L. Nelsen, et al.). MIHR: Oxford, R.-U. et PIPRA: Davis, É.-U. Page CS46. En ligne: www.ipHandbook.org.

susceptibles d'être ultérieurement commercialisées par le secteur privé. S'il sait gérer efficacement sa propriété intellectuelle, un organisme public de recherche peut aider les plus pauvres, non seulement avec les produits issus de ses travaux, mais aussi en mettant à contribution le pouvoir du secteur industriel dans le cadre de contrats de partenariat public-privé. En revanche, si les subtilités des techniques de gestion de la propriété intellectuelle lui échappent, tous les avantages que peut procurer une telle démarche resteront hors de sa portée.

De la même manière, chaque pays doit profiter de la latitude que lui reconnaît l'Accord sur ADPIC pour formuler et mettre en œuvre les politiques et pratiques répondant le mieux à ses propres besoins. Il y a peu de chances qu'une solution rapide à un besoin technologique dans le domaine médical, une licence obligatoire, par exemple, soit aussi efficace ou durable que celle issue d'une action concertée des secteurs public et privé. Il y a donc tout avantage, pour un pays, à se donner une meilleure capacité interne de gestion de la propriété intellectuelle, à renforcer son système juridictionnel en matière de propriété intellectuelle et à faire des besoins des pauvres, une priorité.

L'internationalisation croissante du régime de la propriété intellectuelle ne doit donc pas être vue simplement comme une évolution des lois et des législations; les droits de propriété intellectuelle ont d'abord et avant tout pour fonction d'encourager l'investissement dans l'innovation. En second lieu, les systèmes qui régissent ces droits ont été créés dans le but de réguler l'accès à la propriété intellectuelle et le partage des avantages qui en découlent. Autrement dit, les droits de propriété intellectuelle n'ont pas pour utilité première d'empêcher les tiers d'utiliser les objets qu'ils protègent; ce sont des instruments stratégiques qui servent à déterminer la meilleure manière de les utiliser. Si un objet de propriété intellectuelle n'aboutit pas sur le marché, il ne sert à rien. Et ce marché peut être commercial ou humanitaire.

À condition de le faire selon des pratiques de gestion saines et éprouvées, le secteur public dispose en particulier d'un pouvoir extraordinaire de mise en œuvre de la propriété intellectuelle en tant qu'élément d'une stratégie plus large visant à accélérer l'accès – notamment par les pays en développement – à des innovations des domaines de la santé et de l'agriculture permettant de sauver des vies et de soulager la pauvreté. La gestion de la propriété intellectuelle est un élément essentiel de la recherche d'un monde plus équitable, en particulier lorsqu'elle est considérée comme un instrument destiné à être utilisé à des fins publiques, par le secteur public. Si l'on se réfère au passé, on constate malheureusement que la propriété intellectuelle a plutôt eu tendance à enrichir les nantis. Le secteur public a sa part de responsabilité dans cet état de choses, car il n'a pas accordé une attention suffisante à la gestion de la propriété intellectuelle. Bien qu'il s'agisse pour lui d'une discipline relativement nouvelle, cette lacune doit être corrigée. La partici-

pation du secteur public à la recherche a connu, depuis les années 70 en ce qui concerne le domaine de la santé et les années 90 pour ce qui est de la biotechnologie agricole, des changements énormes. Ce n'est pourtant que récemment que ce secteur a commencé à comprendre comment tirer parti des droits de propriété intellectuelle que lui conférait cette recherche – et, par effet de levier, de ceux des tiers – dans ses efforts pour s'acquitter de sa mission sociale, et notamment de ses responsabilités envers les pauvres. L'intérêt croissant suscité dans les secteurs public et privé par cette notion de l'utilisation de la propriété intellectuelle dans l'intérêt général a révélé que le secteur public ne dispose pas des connaissances et des capacités nécessaires à la mise en œuvre de cette dernière. Cet ouvrage vise à contribuer, parallèlement à de nombreuses initiatives de l'OMPI et d'autres institutions, à combler cette insuffisance.

Bien sûr, les droits de propriété intellectuelle ne sont qu'une solution imparfaite et un compromis. Ils représentent la recherche d'un équilibre entre le *domaine public*, dans lequel toutes les connaissances sont librement accessibles à tous, et la reconnaissance aux inventeurs de la *propriété* de leurs découvertes et de la valeur qui s'y attache. Le passé démontre que cet équilibre encourage l'investissement – et le réinvestissement – dans l'innovation, quoique cette dernière soit trop rarement tournée vers les besoins des pauvres. Pour le réaliser, il faut que la propriété intellectuelle soit gérée d'une manière avisée et permanente, et de nombreuses études de cas ont heureusement démontré que le secteur public peut élaborer à cet égard des solutions efficaces, susceptibles de réaliser un équilibre adéquat – ou à tout le moins de s'en approcher. Le système de propriété intellectuelle existant peut être utilisé à cet effet, particulièrement dans les situations où des entreprises acceptent de faire don de leurs droits de propriété intellectuelle ou de les partager d'une autre manière. Cela nécessite toutefois une reconceptualisation fondamentale de la fonction des droits de propriété intellectuelle et de la manière dont ils peuvent être utilisés par le secteur public.

Les conditions nécessaires pour améliorer l'accès des pays en développement aux innovations fondamentales en matière de santé et d'agriculture sont la connaissance, la capacité, la participation active et la gestion stratégique de la propriété intellectuelle par le secteur public. Elles doivent s'assortir d'une amélioration des capacités de gestion de la propriété intellectuelle par les institutions, de la formulation d'un ensemble de politiques nationales en matière de propriété intellectuelle et du renforcement des systèmes juridictionnels dans ce domaine ainsi que des offices de brevets. C'est là le but que visent ces bonnes pratiques de gestion de la propriété intellectuelle: favoriser le bien-être public – notamment chez les peuples qui n'ont pas pu bénéficier, jusqu'à présent, des avantages de la technologie – et contribuer ainsi à construire un monde en meilleure santé et plus équitable.



HARRY POTTER ET LA MANNE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Tandis que la présente édition du Magazine de l'OMPI commençait à prendre forme, la planète était balayée par la fièvre Harry Potter. Sur le coup de minuit, le 21 juillet, de longues files de silhouettes tout de noir vêtues attendaient impatiemment devant des librairies, de Londres à Hong Kong, de pouvoir acheter le septième et dernier tome des aventures immensément populaires de leur apprenti-sorcier préféré, *Harry Potter et les reliques de la mort*. L'auteur J. K. Rowling et ses éditeurs avaient soigneusement gardé le secret sur le sort du jeune Harry, avec lequel d'innombrables jeunes ont grandi depuis sa première apparition, voici maintenant neuf ans. L'excitation était à son comble.

Une magie qui rapporte

La créativité de J. K. Rowling lui a rapporté de quoi remplir à ras bord tous les coffres de la banque Gringotts. Le succès de son œuvre a en outre permis aux titulaires de licences et de droits des industries fondées sur le droit d'auteur d'amasser des sommes considérables. Les chiffres sont renversants:

- Les ventes mondiales des six premiers volumes des aventures d'Harry Potter totalisent plus de 325 millions d'exemplaires. À la sortie du septième, l'éditeur Bloomsbury a battu un record au Royaume-Uni en vendant plus de 2,6 millions d'exemplaires en 24 heures. Aux États-Unis, les ventes de la première journée ont atteint 8,3 millions d'exemplaires. Chacun des tomes a compté, l'année de sa parution, pour 8% du chiffre d'affaires de Scholastic, l'éditeur pour le marché américain. La série a été traduite en plus de 65 langues, dont l'islandais, le swahili, le serbe et le grec ancien.
- Les cinq premières adaptations hollywoodiennes de l'œuvre ont généré USD4 milliards de recettes pour Warner Bros., le titulaire des droits cinématographiques, et propulsé vers la gloire toute une génération de jeunes acteurs. Les recettes du premier film, *Harry Potter à l'école des sorciers*, le placent au quatrième rang des plus grands succès de tous les temps. Lorsque la chaîne de télévision ABC a diffusé *Harry Potter à l'école des sorciers* aux États-Unis, en avril de cette année, elle a encore attiré une audience d'environ 4,2 millions de téléspectateurs. L'obsédante bande originale des quatre premiers films, composée par John Williams, s'est vendue à plus de 1,1 million d'exemplaires aux États-Unis.
- Warner Bros. est également titulaire des droits mondiaux sur les produits dérivés des marques Harry Potter, dont notamment les figurines, thèmes et autres éléments. La société a ainsi accordé des licences pour 400 produits différents, qui contribuent à leur tour au renforcement de la marque. Le fabricant de jouets Hasbro, par exemple, a obtenu la licence de distribution des friandises Harry Potter – nids de cafards, chocogrenouilles et autres fizwibz – pour lesquels les consommateurs américains ont dépensé

plus de USD11,8 millions depuis 2001. Mattel a vu son titre apprécier de 13,5% après avoir acquis la licence de fabrication pour les figurines, jeux et puzzles Harry Potter. Electronic Arts s'est assuré les droits de production des jeux d'ordinateurs et des jeux vidéo Harry Potter, et Coca Cola, celui de commercialiser le film avec ses produits. Les estimations de la valeur totale de la marque Harry Potter varient de USD4 milliards à deux fois plus.

Défense contre les forces du mal

Le succès, toutefois, attire les parasites, ces personnes qui cherchent à profiter du fruit de la créativité des autres – ou à se l'approprier. Les avocats de J. K. Rowling ont eu fort à faire pour contrer les atteintes à son droit d'auteur.

Les méthodes utilisées à cet égard sont aussi variées que les formes de l'épouvantard imaginé par l'écrivain. J. K. Rowling a par exemple engagé, cette année, plusieurs procédures pour commercialisation de versions électroniques illicites de ses ouvrages contre des utilisateurs du site de vente aux enchères en ligne eBay.

En Inde, les libraires déplorent la prolifération des livres pirates dans les rues de Mumbai et Bangalore, et cela malgré les actions concertées de la police et des services de surveillance. "Nous estimons que les pirates nous font perdre 50% de nos ventes," a déclaré à la publication *Asia Times Online* Himali Sodhi, responsable de la commercialisation de l'éditeur Penguin en Inde. Akash Chittranshi, du cabinet *ACA-Law*, de New Delhi, ajoute avec un sourire: "Parfois, les livres pirates sont imprimés sur un papier de si mauvaise qualité que la moindre goutte d'eau les réduit en bouillie."

En Chine, la contrefaçon des livres de Harry Potter constitue littéralement une classe à part. À partir de 2002, en effet, des "suites," arborant le nom et la photo de J. K. Rowling, et même la mention officielle de réserve du droit d'auteur, ont commencé à *transplaner* vers les librairies sous des titres farfelus tels que "Harry Potter et le grand entonnoir" ou "Harry Potter et le léopard qui affronte le

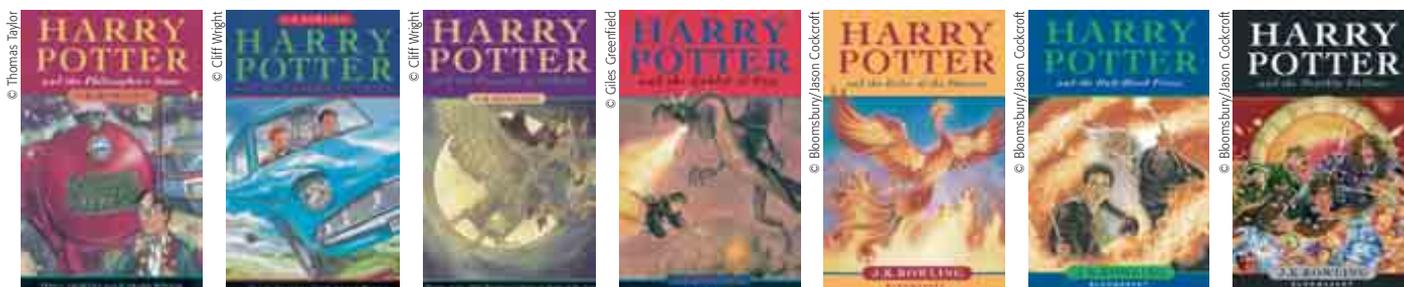
Magie de moldus au PCT?

“Lorsqu’une technologie est suffisamment avancée, elle se confond avec la magie” – Arthur C. Clarke, auteur de science-fiction (1961).

“Démonstration de la première cape d’invisibilité efficace” proclamait l’an dernier un communiqué de presse de l’université Duke de Caroline du Nord. Publiée dans la revue *Science*, cette découverte des chercheurs du département de génie électrique et informatique de l’université semblait marquer la réalisation d’un vieux rêve.

La technique utilisée consiste à faire contourner un objet par des micro-ondes lumineuses en créant une distorsion aussi faible que s’il n’était pas là. “Le mouvement des ondes est semblable à celui que fait l’eau d’une rivière lorsqu’elle contourne une grosse pierre arrondie” explique le concepteur de la cape, David Schurig. Les chercheurs se sont servis de “métamatériaux” – des matériaux composites artificiels capables d’interactions avec la lumière et les autres ondes électromagnétiques qui sont impossibles avec les matériaux naturels – dont la disposition en cercles parfaitement concentriques leur confère des propriétés électromagnétiques particulières. Le nom de David Schurig figure en tant que coinventeur dans plusieurs demandes de brevet PCT, dont notamment la demande WO/2006/023195 Métamatériaux.

Malheureusement pour les apprentis sorciers, la cape n’est toutefois pas encore parfaite. Si elle peut rendre les objets invisibles, c’est aux “yeux” d’un détecteur de micro-ondes, et non à ceux de l’être humain. Et pour l’instant, elle fonctionne seulement en deux dimensions. Loin de se décourager, les chercheurs sont au travail sur la version 3D.



dragon.” Les lecteurs de ce dernier opus ont d’ailleurs été tout à fait désenchantés de découvrir que leur jeune héros était apparemment beaucoup plus préoccupé par son hygiène corporelle (“Harry essuie le gâteau collé sur son visage... Il est répugnant, pour un jeune homme civilisé, d’avoir une salissure où que ce soit sur son corps”) que par la lutte contre le Seigneur des Ténèbres, et qu’il se trouvait soudainement téléporté dans *Bilbo le Hobbit*, le roman de J. R. Tolkien, avec des personnages dont les noms avaient été remplacés par ceux de ses compagnons habituels. Agissant avec la plus grande célérité, les avocats de J. K. Rowling ont fait retirer les faux livres des étagères et infliger une amende à l’éditeur fautif, une société de Chengdu qui a dû publier en outre des excuses.

En France, un adolescent a été interpellé par la police, au mois d’août de cette année, pour avoir mis en ligne une traduction du dernier Harry Potter, réalisée en quelques jours après la parution de ce dernier. N’ayant apparemment pas agi dans un but commercial, il a été libéré sans être inculpé, mais non sans avoir appris au passage une leçon sévère en matière de droit d’auteur.

Parodie ou plagiat

Les livres de J. K. Rowling ont donné naissance à toute une série d’autres œuvres dérivées non autorisées et d’imitations. L’auteur russe Dmitry Yemets a notamment

créé le personnage de Tanya Grotter, une adolescente à lunettes rondes poursuivant des études de magie à l’école de sorcellerie Abracadabra, qui a acquis une certaine popularité en Russie. J. K. Rowling et ses éditeurs ont engagé en 2003, devant les tribunaux des Pays-Bas, une procédure visant à empêcher la distribution hors du territoire russe d’une traduction néerlandaise d’un livre intitulé *Tanya Grotter et la contrebasse magique*. M. Yemets et ses éditeurs moscovites ont tenté de faire valoir que l’ouvrage était une parodie et bénéficiait à ce titre d’une exception au droit d’auteur, mais les tribunaux néerlandais ont rejeté cet argument. Un certain nombre de parodies d’Harry Potter sont toutefois en circulation sans avoir fait l’objet d’aucune poursuite, dont notamment un livre de Michael Gerber intitulé *Barry Trotter et la parodie éhontée*, qui s’est vendu à plus de 700 000 exemplaires.

Le talent créatif de J. K. Rowling lui a permis de devenir l’une des femmes les plus riches du monde. C’est pourtant grâce au système international de protection des droits de propriété intellectuelle que cette créativité aura pu s’exprimer à travers les réseaux mondiaux de l’édition et du cinéma qui l’ont propulsée de la misère à la richesse. Harry Potter n’est pas seulement une histoire pour les enfants. C’est une fable axée sur les pouvoirs de transformation de la créativité et de la propriété intellectuelle.

MOBILISATION DE RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES POUR LE DÉVELOPPEMENT

En 2006 et 2007, l'OMPI aura consacré près de CHF80 millions de son budget ordinaire (provenant majoritairement des recettes générées par les services de l'OMPI au secteur privé) à des activités d'aide aux pays en développement et en transition. D'autres projets d'assistance technique et de renforcement des capacités sont toutefois rendus possibles, chaque année, par des contributions volontaires. Il est prévu que ces dernières s'élèveront à CHF12,9 millions pour 2006 et 2007 et à un montant comparable pour l'exercice bienal suivant. L'OMPI a intensifié ses efforts de sollicitation de dons pour le financement des projets de développement et les récentes délibérations dans le cadre du Plan d'action pour le développement ont imprimé un élan supplémentaire à cette démarche. L'article ci-après donne un aperçu de cette nouvelle orientation, ainsi que quelques exemples de projets qui remplissent toutes les conditions requises pour bénéficier de l'apport de nouveaux partenaires.

L'OMPI entretient des relations de longue date avec un certain nombre de pays donateurs importants qui participent au financement des projets d'assistance technique par la constitution de ce que l'on appelle des fonds fiduciaires. L'OMPI a par exemple avec la France et le Japon des accords de fonds fiduciaires remontant respectivement à 1981 et 1987. D'autres accords de ce type existent actuellement avec la République de Corée (voir page 19), la Finlande, l'Espagne, les États-Unis d'Amérique et l'Union européenne, et un autre vient d'être signé le 10 septembre dernier entre l'OMPI et le Gouvernement italien. La plupart des fonds sont administrés par le personnel du Secteur de l'assistance technique et du renforcement des capacités de l'OMPI.

L'aide des donateurs à l'OMPI se concrétise aussi de nombreuses autres manières allant du financement direct de certaines activités à divers accords de partage de coûts et d'organisation conjointe. Établi dans le but de permettre aux représentants des communautés autochtones et locales de participer aux réunions du Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux res-

sources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore, le Fonds de contributions volontaires pour les communautés autochtones et locales accréditées constitue l'une des innovations les plus récentes à cet égard. Les activités de ce fonds, qui a bénéficié de contributions du Programme suédois pour la biodiversité internationale (SwedBio/CBM), de la Fondation Christensen, de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle de la Suisse, et des Gouvernements de la France et de l'Afrique du Sud, ont débuté l'année dernière.

Mobilisation

Suivant l'évolution de la demande des pays en développement, les activités de conseil en matière de législation et d'administration de la propriété intellectuelle de l'OMPI ont pris de l'ampleur et incluent désormais des services d'aide au renforcement des capacités nationales de création, de gestion et d'exploitation des actifs de propriété intellectuelle. La prise de conscience grandissante du rôle moteur de la propriété intellectuelle dans la croissance de

Numériser le patrimoine culturel

La technologie numérique permet comme jamais auparavant de promouvoir, protéger et revitaliser des éléments du patrimoine culturel intangible tels que le folklore et les expressions artistiques traditionnelles. L'enregistrement et la diffusion en format numérique permettent de faire entrer la musique, les dessins et l'art traditionnels dans des créneaux commerciaux nouveaux, et favorisent ainsi le développement des communautés qui les ont créés. Ils peuvent toutefois conduire aussi à leur appropriation illicite et à leur utilisation abusive. Il arrive en effet que des efforts de préservation de produits culturellement sensibles mènent involontairement à leur exploitation par des personnes non autorisées. C'est pourquoi des organisations autochtones, des musées, des archives et des chercheurs ont réclamé des lignes directrices en ce qui concerne les questions et options de propriété intellectuelle soulevées dans ce domaine.

L'OMPI a donc mis sur pied un projet relatif au patrimoine créatif, dans le cadre duquel sont élaborées de telles lignes directrices, en consultation avec les communautés autochtones et les institutions culturelles. Le projet offre

à ces communautés et institutions des services de conseil en ce qui concerne la gestion des options de propriété intellectuelle, ainsi qu'une assistance informatique visant à les aider à enregistrer et à numériser leurs expressions culturelles et à établir des sites Web pour les faire connaître, s'ils le souhaitent et de la manière qu'ils jugent appropriée

Des projets pilotes – comme celui mené en collaboration avec l'Organisation internationale du travail (OIT) qui est illustré ici – sont en cours avec la communauté massai du Kenya, des musées et des archives au Soudan et l'Office mongol de la propriété intellectuelle.



Le projet Maasai Voices of Heritage est l'un des premiers programmes d'enregistrement pilotes.

Information brevet et cartographie des brevets

L'information brevet, c'est la somme de l'information technologique contenue dans tous les documents de brevet jamais publiés. Ses dizaines de millions de documents, auxquels s'ajoutent chaque année environ 1,6 million de nouveaux brevets, constituent le réservoir d'information technique le plus complet, le plus à jour et le plus ordonné qui existe dans le monde. Cette mine d'or est accessible gratuitement en ligne grâce, par exemple, au service de recherche PatentScope de l'OMPI, à la base de données de l'Office des brevets et des marques des États-Unis d'Amérique (USPTO) ou à l'interface esp@cenet de l'Office européen des brevets.

Certaines des techniques décrites dans les documents de brevet sont à la libre disposition des entreprises et des innovateurs; dans d'autres cas, elles sont protégées par des droits et ne peuvent être exploitées que dans le cadre d'une licence concédée par leur titulaire. L'information brevet a aussi acquis une importance stratégique pour les sociétés, car en plus de les renseigner sur leur "liberté d'action," elle peut les aider à prévoir l'évolution technologique ou à se situer à cet égard par rapport à leurs concurrents. L'analyse des tendances révélées par l'information brevet fournit un moyen de mieux distinguer les avenues prometteuses pour la recherche-développement, ainsi que les technologies et les débouchés commerciaux incontournables.

La divulgation des technologies contenues dans les inventions en contrepartie de leur protection est un élément fondamental du système des brevets. Les brevets constituent donc une source d'information qui reste pourtant mal connue et, a fortiori, mal utilisée. L'OMPI travaille avec les pays en développement afin de leur permettre de mieux tirer parti des avantages économiques et commerciaux liés à l'accès et à l'utilisation de l'information brevet.

l'économie du savoir encourage de nouveaux partenaires à manifester leur intérêt pour les travaux de l'OMPI dans les pays en développement. Parallèlement, une étude est en cours à travers le système des Nations Unies afin de mettre en évidence les possibilités d'établissement de partenariats synergétiques plus larges dans l'optique de la réalisation des objectifs de développement du Millénaire.

En 2005, convaincu des avantages liés à l'établissement de tels partenariats et à l'élargissement des ressources disponibles pour répondre aux besoins des pays en développement, le directeur général de l'OMPI, M. Kamil Idris, a décidé que l'Organisation devait adopter une démarche plus volontariste à l'égard de la mobilisation des partenariats et des ressources. Cette décision a mené à l'établisse-

ment, à la fin de l'année 2006, d'une section dédiée à la mobilisation des ressources extrabudgétaires.

L'OMPI travaille actuellement au développement de son réseau de donateurs potentiels et au renforcement de ses liens avec la communauté des donateurs d'aide multilatérale et bilatérale. Elle s'intéresse notamment, à cet effet, aux synergies qui peuvent être établies entre les besoins des pays en développement, ses propres travaux et les priorités des différents donateurs ou partenaires éventuels. Sa nouvelle section procède actuellement à l'élaboration d'un portefeuille thématique de projets et d'activités de l'OMPI susceptibles de s'inscrire dans ce cadre, dont quelques exemples sont présentés dans les encadrés du présent article.

Transfert de technologie, concession de licences et rédaction des demandes de brevet

Les chercheurs des pays en développement obtiennent d'importants résultats dans de nombreux domaines scientifiques, dont notamment les énergies renouvelables, la médecine, l'agriculture, la gestion de l'eau et le traitement des déchets. La plupart de ces innovations sont issues d'universités et d'institutions de recherche-développement publiques, de sorte qu'elles peuvent donner accès à des technologies nouvelles aux entreprises locales, et notamment aux PME. Si elles reçoivent un soutien adéquat pour les aider à établir des systèmes d'innovation, ces institutions et entreprises peuvent avoir une influence décisive sur la croissance d'une économie fondée sur le savoir. Elles ont toutefois à faire face à de nombreuses difficultés dont l'une, et non la moindre, est la pénurie de professionnels dans les domaines de la rédaction des demandes de brevet, de la gestion des actifs de propriété intellectuelle et de la négociation des contrats de transfert de technologie.

L'OMPI propose à cet égard un cours de formation sur la concession de licences de technologie dans lequel la théorie et les jeux de rôles sont combinés afin de permettre aux participants d'acquérir les connaissances et les compétences requises. Déjà utilisé dans plus de 30 pays, ce programme est offert en formation de base et avancée, ce dernier niveau pouvant être modifié selon les besoins particuliers des participants, par exemple en mettant l'accent sur des notions plus évoluées en matière de concession de licences. Il peut aussi être adapté, à des fins de continuité, à la formation des formateurs. Le cours est fourni avec tout le matériel pédagogique, que les participants conservent afin de pouvoir s'y référer en permanence par la suite.

L'OMPI a aussi élaboré, à la demande des États membres, une formation de 10 jours portant sur tous les aspects de la rédaction des demandes de brevet et s'adressant spécialement aux scientifiques et aux chercheurs. Ce cours peut être adapté à diverses spécialités (génie mécanique, biotechnologie, chimie, techniques de l'électricité ou de l'informatique, etc.), et les participants reçoivent une trousse de formation complète comprenant notamment un exemplaire du Manuel de l'OMPI sur la rédaction des demandes de brevet. Il peut aussi être suivi dans le cadre d'un programme de formation à distance, sous la supervision d'instructeurs nommés par l'OMPI.

Si vous souhaitez participer à titre de partenaire à l'un de ces projets – ou à d'autres – ou obtenir plus de renseignements sur les initiatives de l'OMPI en matière de mobilisation des ressources et de partenariats, veuillez nous écrire à smer@wipo.int ou nous appeler au +41 (0)22 338 80 38



Protection des variétés végétales

L'Union internationale pour la protection des obtentions végétales (UPOV), qui est l'organisation sœur de l'OMPI, s'emploie, elle aussi, à mobiliser des ressources pour des projets dans les pays en développement. L'étroite collaboration qui existe entre l'OMPI et l'UPOV permet de fournir à la fois aux bénéficiaires et aux donateurs potentiels une gamme complète de solutions en matière de propriété intellectuelle.



Le Mexique a intensifié ses activités de sélection et de protection de ses variétés végétales. On voit ici le lys des Aztèques, autrefois connu sous le nom d'*Atzcalxóchitl* (splendeur rouge), que les Aztèques utilisaient dans leurs cérémonies religieuses.

L'UPOV encourage les pays à mettre en place des systèmes de propriété intellectuelle afin d'assurer la protection de leurs obtentions végétales, dans le but d'en favoriser l'amélioration au bénéfice des agriculteurs, des producteurs et des consommateurs. Un système efficace de protection des obtentions végétales et l'appartenance à l'UPOV peuvent être la voie ouverte au développement économique, en établissant un contexte favorable à la création variétale dans de nombreuses situations différentes. Le système de l'UPOV offre des possibilités de coopération qui facilitent la mise en place rapide d'un système de protection des obtentions végétales. Un grand nombre de membres de l'UPOV trouvent cependant avantageux de se doter des installations et des compétences nécessaires pour procéder eux-mêmes à l'examen de leurs obtentions végétales. C'est pourquoi l'UPOV offre désormais à ses nouveaux membres des programmes complets d'assistance pratique, grâce à l'aide financière de ses donateurs.

L'assistance technique de l'UPOV comprend principalement les éléments suivants: programmes de formation à distance s'adressant aux fonctionnaires et aux experts, formation pratique des examinateurs, soutien technologique comprenant notamment la fourniture de logiciels et de guides techniques spécialisés et soutien financier à la participation aux réunions techniques de l'UPOV. Elle s'étend, par conséquent, aussi aux séminaires de sensibilisation des parties prenantes aux systèmes de protection des obtentions végétales, organisés au niveau national ou régional.

Les fruits riches en vitamines et en minéraux de cet azerolier sont utilisés pour faire des friandises, des confitures et des boissons, son bois, pour l'artisanat et le chauffage et ses feuilles, pour la préparation d'infusions médicinales contre l'hypertension et l'insomnie.



“La mobilisation de ressources extrabudgétaires pour appuyer notre travail d'assistance technique et de renforcement des capacités est essentielle si nous voulons pouvoir répondre efficacement à la demande sans cesse croissante que suscite le savoir-faire de l'OMPI dans ce domaine. C'est la raison pour laquelle nous sollicitons la communauté des donateurs et les autres partenaires susceptibles de nous aider” – Geoffrey Onyema, sous-directeur général de l'OMPI.

Des initiatives seront prises, en outre, afin de contribuer à améliorer les communications avec les donateurs, par exemple l'organisation de réunions annuelles avec ces derniers et la mise en place de nouvelles pages interactives sur le site Web de l'OMPI. D'autres ressources dédiées à l'information seront également prévues, notamment une base de données des ressources extrabudgétaires et des partenariats, des détails sur les politiques de l'OMPI en matière de mobilisation des ressources des comptes rendus sur les fonds mobilisés et des études de cas illustrant les avantages de l'utilisation de ressources extrabudgétaires.

Intermédiaire

La condition essentielle du succès des efforts de mobilisation de nouveaux donateurs est le savoir-faire du personnel de l'OMPI chargé d'organiser des activités à cet effet. La nouvelle section jouera en quelque sorte

un rôle d'intermédiaire, étant donné qu'elle aura à diffuser les profils des donateurs auprès des chefs de programme de l'OMPI, exposer les besoins exprimés par son réseau de contacts dans les pays en développement, présenter les donateurs et les personnes appropriées au sein de l'OMPI, coordonner les démarches d'approche et contribuer à la formulation des accords avec les donateurs ou partenaires.

La réussite d'un partenariat dépend de la qualité et de la transparence des communications entre partenaires et bénéficiaires – il importe, en effet, qu'ils comprennent leurs priorités et leurs contraintes respectives, qu'ils soient d'accord sur le but à atteindre et la meilleure manière d'y parvenir et qu'ils aient des incidences positives à mettre à l'actif de leur partenariat. Les efforts de mobilisation des ressources de l'OMPI visent à rapprocher les bons partenaires afin de permettre aux bons projets d'aboutir aux bons résultats.

FONDS FIDUCIAIRES - CORÉE

Les fonds fiduciaires constitués par le Gouvernement de la République de Corée sont un parfait exemple de la valeur ajoutée que peuvent apporter les partenariats en ce qui concerne les travaux de l'OMPI avec les pays en développement. D'autres projets financés par des donateurs importants seront présentés dans les prochains numéros du Magazine de l'OMPI.



Photo: OMPI/N. Hopkins-Hall

À l'occasion de la réunion annuelle d'évaluation et de programmation, au mois de juillet dernier, l'OMPI et les représentants de la Corée ont fait le point des activités, et procédé à une mise à jour du plan de travail.

La République de Corée a signé, dans le cadre du programme de fonds fiduciaires, deux accords de coopération avec l'OMPI: le premier concerne un fonds établi en 2004 par l'Office coréen de la propriété intellectuelle (KIPO) pour le financement de projets relatifs à la propriété industrielle, et le second porte sur un fonds institué l'an dernier par le Ministère de la culture du tourisme (MCT) pour contribuer au développement des systèmes de droits d'auteur. Depuis leur création, ces fonds ont permis de financer 28 activités d'aide en faveur de 50 pays en développement et moins avancés (PMA).

Partage d'expérience

Les activités financées grâce à ces fonds fiduciaires se distinguent en ce qu'elles permettent aux pays en développement de partager l'expérience et les réalisations de la République de Corée, qui a elle-même utilisé la propriété intellectuelle, au cours des 20 dernières

années, pour atteindre ses objectifs de développement national. Les fonds constitués par la Corée se caractérisent en outre par une grande souplesse, dans la mesure où leur utilisation ne fait l'objet d'aucune limitation géographique, les États membres ayant la faculté de proposer à leur égard toute affectation qu'ils jugent appropriée.

L'accord de fonds fiduciaire conclu avec le KIPO insiste tout particulièrement sur le fait que l'aide aux PMA doit bénéficier à toutes les régions. Il a été utilisé l'année dernière, par exemple, pour établir un centre d'information sur la propriété intellectuelle en Tanzanie et permet actuellement la réalisation d'un projet similaire au Cambodge. Un atelier sur les stratégies de sensibilisation du public dans les PMA a également été financé grâce à ce fonds, de même qu'un certain nombre d'autres activités, dont notamment les suivantes:

- mise en œuvre du logiciel PCT-ROAD pour faciliter la gestion des demandes de brevet par les offices récepteurs du PCT dans les pays en développement;
- aide aux PME: traduction et adaptation de documents relatifs à la propriété intellectuelle et fourniture de conseils d'experts;
- organisation d'ateliers et fourniture de matériel pour encourager l'utilisation de l'information brevet;
- organisation de consultations avec des spécialistes de l'évaluation de la propriété intellectuelle, de la promotion de l'innovation, de la commercialisation et de la gestion des actifs de propriété intellectuelle;
- organisation d'échanges sur l'utilisation du PCT et du système de Madrid;
- organisation de séminaires et d'ateliers internationaux sur les questions émergentes dans le domaine de la propriété intellectuelle, en collaboration avec l'or-



Autodisposition: IIPTI

Un atelier sous-régional sur l'arbitrage et la médiation des litiges de propriété intellectuelle à l'IIPTI, l'institut de formation du KIPO, officiellement désigné en 2006 comme institut partenaire de l'OMPI pour la formation internationale en matière de propriété intellectuelle.

ganisme de formation du KIPO, l'Institut international de formation à la propriété intellectuelle (IIPTI).

Plusieurs initiatives ont vu le jour grâce au fonds fiduciaire constitué par le MCT, dont notamment l'élaboration d'un cours en entreprise sur les aspects économiques des industries de la création et la publication sur CD-ROM d'un guide sur l'établissement des sociétés de perception, avec modèles de contrats et lignes directrices.

Prochaine étape

Les programmes de travail des deux fonds fiduciaires pour 2007-2008 prévoient, en ce qui concerne la propriété industrielle, l'organisation d'ateliers, de missions de conseil et d'études visant à aider les offices de propriété intellectuelle à améliorer l'efficacité de leurs services, en mettant l'accent sur les pays d'Afrique et d'Europe de l'Est. S'agissant de droit d'auteur, les projets comprennent notamment un colloque régional sur les contenus générés par l'utilisateur, un recueil de jurisprudence en matière de droit d'auteur musical, un atelier sous-régional sur le développement des industries fondées sur le droit d'auteur et la production d'une documentation audiovisuelle.

TUNISIE - UNE NOUVELLE ÉCONOMIE DU SAVOIR

Le pétrole représente pour la Tunisie une ressource en déclin. L'extraction des deux principaux champs pétroliers du pays va en s'amenuisant, et bien que de petits gisements aient été découverts, on estime qu'au rythme de production actuel, les réserves seront épuisées d'ici une dizaine d'années environ. Afin de compenser les incidences économiques du tarissement de ses puits pétroliers et d'augmenter la compétitivité du pays dans d'autres secteurs, le gouvernement de la Tunisie a mis l'accent, dans son X^e plan de développement (2002-2006) et son XI^e plan de développement (2007-2011), sur l'accélération du passage à une économie fondée sur le savoir. Il estime, à cet égard, que la proximité culturelle et géographique de l'Europe confère à la Tunisie certains avantages sur les pays asiatiques, qui lui permettront d'attirer les investisseurs une fois que les structures requises auront été mises en place.

Les plans de développement ci-dessus mettent tous deux l'accent sur la réforme scolaire, la stimulation de la recherche et du développement par la création de pôles technologiques, le développement de l'accès à Internet et le renforcement du système de propriété intellectuelle du pays.

La Tunisie a une longue tradition de propriété intellectuelle. Elle a en effet été l'un des premiers pays signataires des conventions de Berne et de Paris; qui plus est, la première loi panafricaine sur le droit d'auteur y a été signée et porte son nom. Au cours des dix dernières années, la Tunisie a actualisé et réformé son système de propriété intellectuelle afin de le mettre en conformité avec les normes internationales.

Technopôles

L'infrastructure de propriété intellectuelle étant en place, le X^e plan de développement a entrepris une réforme du système d'éducation secondaire visant à renforcer l'enseignement de la technologie, de l'économie et de la gestion, des mathématiques, des sciences et des arts. Un nombre croissant de lycéens tunisiens se dirigent vers l'enseignement supérieur, qui produit actuellement plus de 50 000 diplômés par an. Le gouvernement espère que les pôles technologiques (qui portent le nom de technopôles) lui permettront de conserver ce capital humain dans le pays plutôt que de le voir partir chercher du travail à l'étranger.

Les technopôles de Tunisie visent à promouvoir et à accélérer l'innovation en faisant le lien entre les entreprises,

les universités et les centres de recherche. Chacun a sa spécialité, selon la région dans laquelle il est établi. Le technopôle de Borj Cédria, par exemple, se spécialise dans les énergies renouvelables et la biotechnologie végétale, celui de Sidi Thabet, dans la biotechnologie et les produits pharmaceutiques, celui de Sfax dans les systèmes informatiques et le multimédia, etc.

Comment fonctionnent-ils? Prenons comme exemple le technopôle d'El-Ghazala, ouvert en 2001, qui se consacre aux technologies de la communication. Ses services sont à la disposition de toutes les entreprises du domaine des technologies de l'information et des communications, qu'elles soient installées sur place, ailleurs en Tunisie ou même à l'extérieur du pays. Il a pour objectifs d'aider ces entreprises à s'implanter sur le site en leur fournissant toutes les ressources qui leur sont nécessaires, de stimuler la coopération entre les chercheurs des universités et l'entreprise privée afin de favoriser la commercialisation des produits de la recherche, de promouvoir le développement et la distribution de services de télécommunications susceptibles de répondre aux besoins des entreprises locales et étrangères et de contribuer au développement économique par une étroite collaboration avec les autorités publiques. Le technopôle d'El-Ghazala offre également aux entreprises des incitatifs à l'innovation dans le domaine des technologies de l'information et des communications.

Un organisme tunisien, l'Institut d'économie quantitative, a mené en 2005 une étude auprès des 51 entreprises installées sur les 65 hectares du pôle d'El-Ghazala, afin de déterminer dans quelle mesure elles avaient bénéficié des services offerts. Près de la moitié ont répondu que le technopôle avait contribué au développement et à l'expansion de leurs exportations, 90% ont fait état d'une augmentation de leurs activités de recherche-développement – dont 30% en collaboration avec des universités locales – et 50% ont dit consacrer désormais de 10 à 40% de leurs investissements à des actifs incorporels. L'implantation à El-Ghazala avait conduit, pour plus de 40% de ces entreprises, à l'élaboration d'au moins deux nouveaux produits au cours des cinq années précédentes, et 46% avaient des demandes de brevet en instance. Enfin, 53% avaient attiré des capitaux étrangers.

Industries culturelles

La technologie n'est que l'un des domaines dans lesquels la Tunisie souhaite améliorer l'avenir économique

Forces et faiblesses

Au commencement de son XI^e plan de développement, en 2007, le gouvernement tunisien a demandé à l'OMPI de procéder à une analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités et menaces) du système de propriété intellectuelle de son pays. Les résultats de cet exercice ont permis de dresser le bilan suivant:

Forces	Faiblesses
volonté politique d'utiliser la propriété intellectuelle comme levier pour accéder à la croissance économique	manque de coordination et de communication entre les parties prenantes du gouvernement, du secteur privé et de l'enseignement
ressources financières et main-d'œuvre hautement éduquée	pénurie de fournisseurs de services de propriété intellectuelle (rédacteurs de brevets, négociateurs de licences et autres contrats relatifs à la propriété intellectuelle, directeurs de la technologie)
programmes d'incitation à l'innovation	méconnaissance des domaines de l'innovation dans lesquels la Tunisie possède un avantage compétitif
système national de recherche-développement	méconnaissance des marchés offrant des débouchés commerciaux pour les résultats de recherche
système législatif moderne	banques réticentes à investir dans des projets fondés sur des actifs de propriété intellectuelle
présence d'un système d'évaluation de la propriété intellectuelle	

L'OMPI et le Gouvernement tunisien ont signé, le 12 juillet 2007, un accord de coopération prévoyant l'élaboration par l'OMPI d'un nouveau programme d'assistance technique et de renforcement des capacités afin de s'attaquer aux faiblesses mises en évidence par l'analyse SWOT.

de son peuple. Pour contribuer à assurer durablement son développement, elle investit aussi dans ses industries culturelles, notamment le cinéma, l'édition, l'artisanat et le patrimoine culturel.

L'artisanat, par exemple, compte pour 3,8% dans le PIB de la Tunisie et 2,66% dans ses exportations. Une étude du gouvernement a toutefois démontré que la part de ce secteur dans le PIB pouvait être doublée et sa contribution aux exportations, plus que triplée d'ici 2016. Le gouvernement a décidé de réaliser ces objectifs, et a mis en place, à cet effet, des mesures destinées à relancer ce secteur et à insuffler aux artisans tunisiens un nouvel esprit de dynamisme et de créativité.



L'élégante "cage de Sidi Bou Saïd" (cage blanche en fer forgé, à gauche), qui orne généralement les façades des demeures de la Médina, pourrait devenir une marque déposée de l'artisanat tunisien.

l'élaboration d'une loi sur les indications géographiques permettant de protéger les produits de l'artisanat d'une manière plus souple que le régime des appellations d'origine. Deux nouvelles marques seront aussi déposées, *La cage de Sidi Bou Saïd* et *Porte Bleue de Tunis*. Elles revêtent toutes deux une signification particulière pour les artisans tunisiens et sont immédiatement reconnaissables.

Des "villages de l'artisanat" ont été créés dans le but de favoriser la promotion et la commercialisation des œuvres des artisans et afin de préserver le savoir traditionnel et le patrimoine culturel de la Tunisie.

Cinéma

La loi de 1999 relative aux appellations d'origine, qui protégeait uniquement les produits de l'agriculture, a été étendue aux ouvrages de l'artisanat tunisien, dont notamment les tapis berbères, la poterie de Djerba et les céramiques. L'OMPI fournit en outre des conseils en matière législative à l'Institut national de la normalisation et de la propriété intellectuelle (INNORPI) ainsi qu'à l'association des artisans, l'Office national de l'Artisanat, afin de faciliter

Créé en 1966 par le Ministère de la culture de la Tunisie, le Festival du film de Carthage a lieu tous les deux ans au mois d'octobre. C'est aussi en Tunisie que la Fédération des réalisateurs de films africains a vu le jour, en 1970. La production du cinéma tunisien, qui se distingue par sa richesse et sa diversité, couvre la plupart des genres: films d'action, films à caractère social, drames et comédies. Il lui arrive aussi d'être favorable-



Sommet mondial sur la société de l'information

La Tunisie a été l'hôte, en novembre 2005, du Sommet mondial des Nations Unies sur la société de l'information (SMSI) une conférence de trois jours au cours de laquelle elle a accueilli à Tunis 50 chefs d'État et de plus de 18 000 délégués.

Réaffirmant les engagements pris lors de la première phase du SMSI, tenue à Genève en décembre 2003, le Sommet de Tunis s'est attaché aux mécanismes financiers destinés à réduire la fracture numérique, à la gouvernance de l'Internet et aux questions connexes, ainsi qu'au suivi et à la mise en œuvre des décisions de Genève et de Tunis. Le Sommet a reconnu que les technologies de l'information et de la communication (TIC) pouvaient devenir un instrument de développement durable et a invité les gouvernements à renforcer les capacités en matière de TIC des PME et des micro-entreprises, dans la mesure où elles sont les plus grandes pourvoyeuses d'emplois dans la plupart des pays.

Le domaine des techniques de l'information est l'un de ceux dans lesquels la Tunisie a réalisé les progrès les plus remarquables dans le cadre de son programme de développement économique. Le pays a donc un rôle important à jouer dans la réduction de la fracture numérique entre les pays industrialisés et les pays en développement.



Les cinéastes trouvent en Tunisie une grande variété de paysages, ainsi que des techniciens peu coûteux et hautement qualifiés.

ment accueillie par la critique, ce qui a notamment été le cas de "Halfaouine," de Ferid Boughedir, présenté au Festival de Cannes en 1990, et du film "Les silences du palais," de Moufida Tlatli, qui a remporté une Mention spéciale au Festival de Cannes en 1994.

La Tunisie est en outre devenue un lieu de tournage recherché pour les films à gros budget à la recherche de décors exotiques. Tout a commencé au milieu des années de 1970, par la "Guerre des étoiles" – le village dans lequel Anakin Skywalker passe son enfance, sur la planète Tatooine, existe bel et bien dans le Sud tunisien.

D'autres films ont suivi, comme "Le patient anglais" et la série des "Indiana Jones."

Les cinéastes trouvent en Tunisie une grande variété de paysages, ainsi que des techniciens peu coûteux, tout en étant hautement qualifiés. L'ouverture d'un nouveau technopôle de production cinématographique et audiovisuelle est prévue pour cette année. Ses locaux sont d'ores et déjà occupés par de jeunes aspirants cinéastes, fraîchement rentrés de leurs stages de production et de post-production en France ou dans des studios de cinéma tunisiens et impatientes de mettre leurs compétences en pratique.

Pour un avenir solide

Après avoir établi une stratégie d'ensemble pour le passage à une économie du savoir, le X^e plan de développement de la Tunisie a procédé à la réforme du système éducatif, à la modernisation de l'infrastructure de propriété intellectuelle et à la mise en place d'un certain nombre de technopôles et de programmes d'incitation à l'innovation. Le XI^e plan s'appuiera maintenant sur ces éléments pour s'attaquer aux faiblesses relevées par l'analyse SWOT de l'OMPI et faire porter plus particulièrement ses efforts sur la stimulation de la croissance dans les industries de la culture.

L'ÉCOLE EST FINIE

Mais pas tout à fait à l'OMPI! Le 27 juillet, 55 jeunes participants au cours d'été de l'OMPI sur la propriété intellectuelle présentaient le résultat de leurs recherches avant de recevoir leur certificat de participation et de rentrer chez eux. Ils étaient arrivés deux semaines auparavant, chacun avec ses idées sur la propriété intellectuelle et sa pertinence pour son pays, parmi les 40 qu'ils représentaient. Le cours d'été a finalement dépassé toutes leurs attentes. "C'était un échange d'expériences extraordinaire. Je le recommande sans réserve" a déclaré Silvia Saba, une étudiante venue d'Italie. Un sentiment largement partagé.

Le cours d'été de l'OMPI a pour objectif de donner à des étudiants des cycles supérieurs et à de jeunes cadres la possibilité d'acquérir une meilleure connaissance de la propriété intellectuelle et de son importance pour le développement économique, social, culturel et technologique, ainsi que du rôle que joue l'OMPI dans l'administration de la propriété intellectuelle dans le monde. Pendant les deux semaines du cours de cette année, les participants ont entendu des conférences et participé à des études de cas, des exercices de simulation et des discussions de groupe. Les conférences, plutôt que de se limiter à des généralités en matière de propriété intellectuelle, portaient sur l'articulation entre cette dernière et les autres disciplines. "Ce cours m'a aidé à ranger tous les aspects de la propriété intellectuelle dans un cadre et à comprendre leurs incidences réciproques" a déclaré András Jókúti, du Ministère de la justice et de la police de la Hongrie.



Photos: OMPI/Castongary

Les participants avaient été sélectionnés sur dossier parmi des centaines de demandes; 33 d'entre eux étaient des étudiants et les 22 autres, de jeunes cadres de divers horizons et formations. Malgré une représentation légèrement majoritaire des professions juridiques, le groupe comprenait aussi un enseignant, un économiste, un chercheur dans le domaine des sciences de la vie, un ingénieur en biotechnologie et génétique, ainsi que des étudiants en économie, géographie, physique, informatique, génie, etc. Le cours visait à encourager le débat et les échanges de vues. Dan Shi, un ingénieur de Chine titulaire d'une maîtrise en droit de la propriété intellectuelle, a fait le constat suivant: "Les questions des étudiants m'ont beaucoup appris. Je sais mieux, maintenant, ce que pensent les gens et comment ils se situent par rapport à des questions telles que les savoirs traditionnels et le droit d'auteur dans l'environnement numérique. J'ai découvert que nous sommes loin d'avoir tous la même opinion, mais que nous avons aussi beaucoup en commun."

Pour Sejeong Kim, un étudiant en physique coréen, les études de cas sont d'une grande utilité. Comme il l'a déclaré à la fin du cours: "Mes



Benny Spiewak, conseil dans un cabinet juridique au Brésil, n'en revenait pas: "Il y avait un avocat des Maoris, et un autre qui représentait les grandes compagnies pharmaceutiques. Nous étions comme une communauté internationale dans la même pièce."



Selon Shami Faranisi, étudiante en développement durable au Zimbabwe, "Si la propriété intellectuelle est prise au sérieux, le développement deviendra vraiment une chose concrète. Il n'est pas trop tard pour commencer à sensibiliser par l'éducation."

perspectives se sont élargies. Je veux contribuer à harmoniser le droit de la propriété intellectuelle en Asie – comme en Europe." Sevidzem, un doctorant en droit international du Cameroun, s'était inscrit au cours parce qu'il s'intéressait aux questions de politique en matière de brevets dans l'industrie pharmaceutique et d'accès à la médecine dans les pays pauvres. "J'ai eu mes réponses, et en plus, j'ai découvert d'autres dimensions telles que l'aspect des savoirs traditionnels dont je tiendrai compte, désormais, dans mon travail."

Le cours a aussi été pour les participants une excellente occasion de tisser des liens. Un grand nombre d'entre eux ont d'ailleurs estimé que certaines des relations qu'ils ont ainsi créées à travers le monde sont appelées à durer toute leur vie et leur seront fort utiles au cours de leur carrière.

ROCK 'N' ROLL AU BANGLADESH

Protéger ses droits de propriété intellectuelle par-delà les frontières

Le présent article est une version abrégée d'une étude de cas rédigée par **ABUL KALAM AZAD**, professeur d'économie à l'université de Chittagong au Bangladesh, et publiée par l'Organisation mondiale du commerce (OMC) dans le cadre d'une série sur les défis liés à la participation à l'OMC.¹ M. Azad raconte, dans cet exemple, comment les traités internationaux en matière de propriété intellectuelle ont permis à un groupe rock du Bangladesh de s'opposer avec succès à l'utilisation non autorisée de l'une de ses chansons par un réalisateur de films en Inde.

"C'est du vol organisé, en plein milieu d'un meurtre!" clamait le groupe culte du rock bangladais – et ses protestations ont été entendues" pouvait-on lire le 20 mai 2004 à la une du *Telegraph* de Calcutta à propos du film hindou *Murder* (meurtre). Le groupe en question, *Miles*, accusait en effet Anu Malik, directeur musical et grand compositeur de musiques de films à Mumbai, d'avoir piraté l'une de ses compositions.

Manam, Hamin et les autres membres de *Miles* avaient appris par leurs admirateurs que leur chanson *Phiriye Dao Amar Prem* (Rends-moi mon amour) avait été copiée sur la bande sonore d'un grand succès Bollywoodien intitulé *Murder*. Lorsqu'ils entendirent la chanson *Jana Jane Jana* dans ce film, les musiciens furent complètement abasourdis. Seule la langue différait – c'était de l'hindi. Pour le reste, "les paroles sont un calque des nôtres, la musique est identique. Même les cassures rythmiques, l'utilisation de la guitare et les notes de remplissage, tout est pareil" devait déclarer Hamin, guitariste et vocaliste, au *Bombay Times*.

Le groupe avait composé la chanson *Phiriye Dao* en bengali pour son album *Prathasa* (L'espoir), paru en 1993. Elle faisait également partie de leur album *Best of Miles, Vol. 1*, publiée en 1997 par la société *Asha Audio Co.* de Calcutta, et avait alors rencontré un vif succès, à la fois au Bangladesh et au Bengale occidental, en Inde. "Comme *Santana*, dont les concerts ne sont pas terminés tant qu'il n'a pas joué 'Black Magic Woman,' nous ne pouvons pas quitter une scène sans avoir chanté *Phiriye Dao*. Nous avons prévu de sortir nos chansons en hindi. C'est à nous qu'ils auraient dû faire la proposition" ajoute Hamin. La violation des droits de propriété intellectuelle qui protègent cette chanson portait atteinte aux intérêts commerciaux du groupe *Miles* et, par extension, à ceux du Bangladesh.

Obtenir réparation

Les musiciens prirent alors contact avec des avocats expérimentés en matière de protection internationale des droits de propriété intellectuelle et avec le Ministère du commerce. Les fonctionnaires de ce ministère ayant

pris contact avec leurs homologues en Inde, ces derniers conseillèrent une action en justice sur le fondement de l'atteinte au droit d'auteur. Les membres de *Miles*, informés de l'existence d'une législation internationale sur la protection du droit d'auteur dont les principales dispositions sont contenues dans les Conventions de Berne et de Rome ainsi que dans les articles 11 et 14 de l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (Accord sur les ADPIC) de l'OMC, décidèrent alors d'engager une procédure à l'encontre des responsables de l'atteinte.

Le 17 mai 2004, un cabinet d'avocats de Calcutta assignait devant la Haute cour de cette ville le producteur du film *Murder* Mahesh Bhat et son directeur musical Anu Malik, l'interprète de la chanson, le chanteur Amir Jamal, la maison de disques *Saregama India Ltd.* et le distributeur de musique *RPG Global Music* (Londres). Il était reproché aux défendeurs d'avoir collaboré dans le but de copier des éléments essentiels de la chanson *Phiriye Dao Amar Prem* à la chanson *Jana Jane Jana* du film *Murder*. L'acte d'assignation précisait que les deux chansons avaient des thèmes analogues et des mélodies identiques, et que cette identité allait jusqu'aux accords utilisés dans les deux cas. "Cela constitue une violation flagrante du droit international de la propriété (intellectuelle) ainsi que de la loi sur le droit d'auteur" écrivait l'avocat des demandeurs, Me Pratap Chatterjee (*Telegraph*, Calcutta, 20 mai 2004).

En réparation du préjudice causé aux intérêts commerciaux des demandeurs, Anu Malik, Mahesh Bhat, *Saregama India Ltd.* et *RPG Global Music* se voyaient réclamer la somme de 50 millions de roupies, ainsi que le remboursement intégral des frais exposés dans le cadre de la procédure. Était également sollicitée une ordonnance du tribunal nommant un receveur ou un officier spécial chargé de saisir dans leur intégralité les logiciels de musique du studio Dum Dum de la société *Saregama*. Les avocats des musiciens demandaient enfin qu'il soit ordonné aux défendeurs "de fournir sous serment les détails relatifs aux cassettes et disques compacts distribués par leurs soins à divers marchands et détaillants."

1. La version anglaise de cette étude de cas peut être consultée sur le site de l'OMC, à l'adresse: http://www.wto.org/English/res_e/booksp_e/casestudies_e/case3_e.htm

Tenir la distance

Le groupe *Miles* a connu une évolution considérable. Fondé en 1979, il s'est d'abord produit comme "groupe de reprise" de musique hard rock occidentale dans les hôtels de la région de Dhaka, exclusivement en anglais, pendant 12 ans. Cependant, la musique pop bangladaise gagnait rapidement en popularité. "Comme nous étions connus, la presse, le public, les maisons de disques nous sollicitaient de plus en plus pour que nous fassions des chansons pop en bangla" explique dans une entrevue à *India-today.com* le guitariste principal du groupe et vocaliste Hamin Ahmed. "Nous savions que nous aurions accès à un public beaucoup plus important si nous chantions dans notre langue, mais nous avons décidé de le faire d'une façon légèrement différente. En 1991, nous avons lancé notre premier album en bangla, intitulé *Pratisrutti*, dans un nouveau style bangla rock-fusion." Le succès fut instantané. Loin d'en rester là, le groupe sortit ensuite un autre album, *Prottasha* (1993), qui devait s'écouler à environ 300 000 exemplaires en quelques mois, et reste encore aujourd'hui un gros vendeur des magasins de disques du Bangladesh.

Miles s'est créé un style musical dans lequel entrent des éléments de pop, de blues et de musique latino, jazz et techno. "Le paysage de la musique pop-rock est fantastique, au Bangladesh, s'enthousiasme Hamin, et ce qui est encore mieux, c'est que le public a atteint une maturité suffisante pour comprendre et apprécier chaque instrument et toute la complexité du travail de la voix d'un bon chanteur. Il y a entre 50 et 60 groupes dans le pays, dont six ou sept très bons, qui ont un très large public d'admirateurs. Alors, les choses vont mieux, et l'avenir est prometteur."

Et pourquoi avoir choisi ce nom? "Les *miles*, ce sont les milles, une unité de distance, explique Hamin. Quand nous avons choisi le nom du groupe, nous savions que nous allions parcourir des distances interminables dans notre voyage sur les chemins de la musique. Donc, des milles et des milles de musique. On ne cesse jamais d'apprendre, de créer, et jamais, au grand jamais, d'aller de l'avant."

Les membres actuels: Hamin Ahmed (guitare et voix), Shafin Ahmed (guitare basse et voix), Manam Ahmed (claviers et voix), Iqbal Asif Jewel (guitare et voix) et Syed Ziaur Rahman Turjo (batterie).



Photos: © Chritaan.com

La décision

Après avoir procédé à un examen *prima facie* du bien-fondé de ces demandes, M. le Juge S. K. Mukherjee a pris, le 19 mai 2004, une ordonnance provisoire contre les défendeurs. Sa décision, dans sa sagesse, leur imposait de retirer la chanson concernée de la bande sonore du film *Murder*. Le tribunal a en outre interdit aux défendeurs toute fabrication, vente, distribution ou commercialisation de cassettes ou de disques contenant ladite chanson.

Outre les frais exposés et le temps investi pour défendre leurs droits de propriété intellectuelle devant les tribunaux, cette affaire a entraîné, pour les titulaires du droit d'auteur au Bangladesh, une tension liée au manque d'information et à l'incertitude quant à l'issue de la procédure. Au moment de la rédaction du présent article, les membres du groupe *Miles* avaient certes gagné la première bataille, mais attendaient toujours une décision quant à la nature et au montant de la réparation du préjudice causé à leurs perspectives commerciales. Ils étaient toutefois très satis-

faits de la décision du tribunal. "Nous avons été très impressionnés par la brièveté de la première audience devant la Haute cour de Calcutta et la rapidité avec laquelle l'injonction a été prononcée. Nous avons procédé d'une manière systématique, en organisant tout très soigneusement. Nous avons produit la notation technique de notre chanson et celle de la chanson 'copiée'" a déclaré l'un des deux (Prothom Alo, 26 mai 2004).

Cette décision fait triompher les conventions internationales en matière de droit d'auteur, qui permettent aux ressortissants d'un pays donné de défendre leurs droits à l'extérieur des frontières nationales de celui-ci. Elle confirme le caractère inviolable de la propriété, y compris intellectuelle. Elle constitue en même temps un avertissement à ceux qui pourraient être tentés de porter atteinte à des droits de propriété intellectuelle et un encouragement aux créateurs du monde entier, auxquels elle démontre qu'il est possible de protéger leurs œuvres contre le piratage.

L'ACTUALITÉ EN BREF

Get up, Stand up, Stand up for your rights

"Lève-toi, Tiens bon, Bats-toi pour tes droits," chantaient Bob Marley et les Wailers en 1973, dans cet appel à défendre leur indépendance politique et économique qu'ils lançaient à leurs admirateurs. À en juger par l'acrimonieuse bataille à trois qui se déroule actuellement au sujet de l'exploitation sous forme de sonneries de téléphone de la musique de Marley, il semble bien que la famille du maître du reggae ait pris son message au pied de la lettre.



Le conflit résulte d'un accord conclu entre *Universal Music*, titulaire en grande partie des droits relatifs à la musique de Bob Marley, et l'opérateur américain de téléphonie mobile *Verizon Wireless*, en vertu duquel ce dernier aurait reçu le droit exclusif de commercialiser des sonneries dérivées d'un grand nombre de chansons, parmi les plus connues du chanteur.

La famille de Bob Marley (décédé depuis 1981) a protesté, estimant que cet accord laissait croire à un cautionnement du service Verizon par Marley et aurait dû, par conséquent, être approuvé par la famille. Le porte-parole

de longue date de la famille Chris Blackwell, dont la maison de disques, *Island Records*, a contribué au succès de Marley et d'autres stars du reggae dans les années 70, a menacé de poursuivre Universal et Verizon. Cette dernière a alors décidé de retirer les sonneries de son site, le temps que l'affaire se règle. Blackwell a répondu que la famille renonçait à engager une action en justice, non sans critiquer Universal et Verizon, qui "refusent de traiter les musiciens avec le respect qu'ils méritent."

C'en était trop pour Verizon, qui remit immédiatement les sonneries sur son site. Blackwell réitéra sa menace de procédure. Voulant apparemment apaiser les esprits, Universal, a annoncé que la commercialisation des sonneries serait dorénavant permise aux autres opérateurs de téléphone.

Si l'issue de ce conflit reste incertaine, il aura démontré que l'attrait suscité par Marley et la musique souvent incendiaire qu'il a créée avant d'être emporté par le cancer à l'âge de 36 ans ne se dément pas: en moins de deux semaines, lorsqu'elles étaient disponibles sur le site de Verizon, les sonneries basées sur les chansons de Marley ont fait l'objet de plus de 30 000 téléchargements. ■

100 brevets... pour l'instant



Bob Loce, chercheur en imagerie chez *Xerox Corporation*, s'est vu délivrer son centième brevet d'utilité américain le 5 juin dernier. Le cent unième a suivi, le 21 juin. Il en a 40 autres en préparation et pourtant, il n'a pas 50 ans. Pour se donner des idées originales, voire "farfelues," M. Loce conserve, dans un tiroir du bas de son bureau, toute une série d'objets comme un réseau de lentilles fait de bulles de verre, des pierres à l'aspect surprenant, de très gros objectifs et des hologrammes qu'il ressort pour les scruter lorsqu'il est en mal d'inspiration. Enseignant bénévole, il dit que ses étudiants lui apprennent beaucoup. "J'adore les choses qu'ils me disent. Je veux penser comme eux, sans être contraint par les limitations que nous imposent l'âge et l'expérience. Comment faire pour continuer à penser comme cela, sans limites?" Il estime que l'échec a une part importante dans le processus d'invention. "Si vous n'échouez pas dans 10 à 20% des cas, vous péchez probablement par excès de prudence dans vos idées et les nouvelles techniques que vous inventez. Il faut savoir dépasser les bornes, de temps en temps."

Bob Loce est loin d'être le seul inventeur prolifique. L'Américain Jerome Lemelson, par exemple, mort en 1997, détenait quelque 500 brevets relatifs notamment au lecteur de codes à barres et au *Walkman* de Sony. Le record appartient à un inventeur japonais, Shunpei Yamazaki, avec plus de 3200 brevets dans les domaines des techniques d'information et des écrans vidéo. ■

YouTube signe un accord de licence

YouTube vient de signer avec une société de gestion collective britannique un accord de licence portant sur 10 millions de titres de musique. L'entente prévoit le versement d'une somme fixe destinée à la rémunération des artistes, compositeurs, auteurs et éditeurs de musique qui

voient leurs redevances diminuer graduellement depuis l'explosion de l'Internet.

Une grande partie du contenu de *YouTube* est téléchargée directement par les utilisateurs, de sorte que la société ne peut pas savoir

quels sont les titres utilisés. *YouTube* a toutefois accepté d'installer un dispositif qui lui permettra de connaître cette information et de la communiquer à la société de gestion de droits, de manière à ce que les redevances puissent être réparties adéquatement. ■

L'iPhone déverrouillé

À peine plus d'un mois après la sortie, en juillet, de l'*iPhone* d'Apple, le dispositif permettant de réserver son utilisation au réseau de téléphonie mobile de l'opérateur AT&T était débloqué. Un jeune homme de 17 ans du New Jersey avait en effet réussi, en procédant à quelques modifications de logiciel et de matériel, à contourner le verrouillage restreignant les acheteurs du nouveau téléphone aux abonnements AT&T. La société CertiCell du Kentucky a d'ailleurs sauté sur l'occasion et a passé un accord avec lui.

Toutefois, il a de la compagnie. Uniquephones.com, en Irlande du Nord et le site Web iphonesim-free.com ont des logiciels de déblocage tout prêts à être mis sur le marché. Pourquoi attendent-ils? Parce que ce serait peut-être illégal.

Le Bureau du droit d'auteur des États-Unis d'Amérique a publié en 2006 un avis selon lequel le déblocage de téléphones mobiles ne constitue pas une violation du droit d'auteur. Cela n'a pas empêché les avocats d'AT&T d'aviser au moins

l'une des sociétés ci-dessus que son logiciel pourrait contenir des éléments appartenant à Apple et protégés par le droit d'auteur. Le déverrouillage de téléphone mobile est apparemment légal lorsqu'il est effectué par un utilisateur pour se donner la possibilité de changer d'opérateur; en revanche, les choses sont beaucoup moins claires si le but recherché est commercial. ■

Autorisation: Apple Inc.



Savoir ce que vaut la propriété intellectuelle

"La création d'idées nouvelles et leur adoption – en un mot, l'innovation – constituent pour les économies modernes un puissant moteur de progression." C'est par cette phrase que débute le rapport de l'étude commandée par l'ONG *World Growth* et publiée en août sous le titre *Economic Effects of Intellectual Property-Intensive Manufacturing in the United States*. Cette étude, qui s'appuie sur des statistiques de la *National Science Foundation*, conclut que:

- les deux tiers environ de la valeur des grandes entreprises américaines reposent sur des droits de propriété intellectuelle, principalement des brevets et des marques;
- dans les entreprises à forte composante de propriété intellectuelle, la valeur ajoutée par employé est supérieure de 72%, le taux de création d'emplois est plus élevé de 140% et les salaires sont beaucoup plus élevés que dans les autres. ■

Signature d'un accord sur la protection des droits des artistes interprètes ou exécutants



Photos.com

L'OMPI a signé le 13 juillet, avec le Conseil des sociétés gérant les droits des artistes interprètes (SCAPR), de

Stockholm, et l'Association des organisations européennes d'artistes interprètes (AEPO-ARTIS), de Bruxelles, un accord de coopération visant à intensifier les activités relatives à la protection des artistes interprètes ou exécutants et à la gestion collective de leurs droits dans le monde. Cet accord donne acte de la volonté des parties de faire reconnaître plus largement ces droits dans les

États membres concernés et de mettre en place les structures appropriées afin d'assurer la protection des intérêts de cette catégorie de titulaires de droits dans l'optique de la mise en œuvre du *Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes*.

L'OMPI bénéficie depuis 15 ans de l'appui de l'AEPO, en particulier grâce aux efforts du secrétaire général de cette association, M. Xavier Blanc, qui a contribué à un grand nombre d'activités dans les pays en développement. L'OMPI salue également l'aide reçue de la société française de perception et de distribution des droits des artistes-interprètes SPEDIDAM, membre de l'AEPO, dans le cadre de la livraison et de l'installation de matériel informatique et de logiciel dans de nombreux pays.

LE DROIT D'AUTEUR ET LES ARTS

On peut s'initier au droit d'auteur tout en s'amusant. C'est ce que démontre le dernier ouvrage d'une série de publications de l'OMPI très bien accueillies dans le monde scolaire.

Il s'agit d'un manuel destiné aux jeunes de 9 à 14 ans, actuellement disponible en anglais sous le titre *The Arts and Copyright*, qui tisse, à partir d'une foule d'exemples pittoresques, une description hautement instructive des principes du droit d'auteur et des droits connexes, et de la

manière dont ils opèrent, dans la pratique, pour protéger et encourager la créativité.

Ce manuel se sert de termes simples et d'illustrations pour mettre à la portée des jeunes les

concepts qui étayent le droit d'auteur. Cela ne signifie pas, toutefois, qu'il soit dénué de substance juridique: les lecteurs sont invités à consulter eux-mêmes la *Convention de Berne*

sur le site Web de l'OMPI et à vérifier si leur pays en est signataire. Il explique, dans sa partie centrale, comment les limitations en matière de droit d'auteur et le domaine public assurent un équilibre entre les droits des créateurs et l'intérêt public à accéder à leurs œuvres et à les utiliser. Le dernier chapitre du manuel examine différentes formes d'atteintes au droit d'auteur, du plagiat à l'échange illicite de fichiers, en faisant une incursion sur le terrain de la gestion des droits numériques.

Les pages sont émaillées de portraits de "jeunes auteurs" qui se sont distingués par leurs œuvres créatives, par exemple Christopher Paolini, auteur de la série à succès des aventures fantastiques d'Eragon, ou Kisha Shrikanth, un réalisateur de films indien âgé de 10 ans.

Ce manuel encourage les jeunes lecteurs à envisager le droit d'auteur sous tous ses angles, en modifiant subtilement leur perspective d'un chapitre à l'autre – d'abord créateurs, puis utilisateurs d'une œuvre protégée par le droit d'auteur. Le savoir nouvellement acquis est mis à l'épreuve dans le cadre de jeux et d'activités diverses. L'ouvrage comprend une lettre type qui peut être utilisée par les lecteurs pour demander l'autorisation d'utiliser une œuvre protégée, par exemple aux fins d'un projet scolaire.

The Arts and Copyright s'appuie sur le succès remporté par *Inventions et brevets*, la première publication de la série *Tirez les enseignements du passé, construisez l'avenir* de l'OMPI, qui a reçu un accueil enthousiaste dans les écoles du monde entier et a été traduite en sept langues. Contrairement à la plupart des autres ouvrages didactiques actuellement disponibles en matière de propriété intellectuelle, les manuels de l'OMPI sont conçus pour pouvoir être utilisés de manière complètement autonome. Les enseignants peuvent les copier gratuitement et librement, à des fins d'enseignement ou de simple information sur le sujet. Ils peuvent aussi être utilisés indépendamment par des étudiants, sans qu'il leur soit nécessaire d'accéder à d'autres ressources.

Les écoliers d'aujourd'hui sont les créateurs de jeux, les graphistes, les auteurs, les producteurs de disques et les éditeurs de demain. En outre, ils sont déjà de fervents consommateurs de musique, de films, de livres, de logiciels et de tout ce que peut leur offrir l'Internet. C'est pourquoi il est essentiel de doter les jeunes d'une bonne connaissance et compréhension de la propriété intellectuelle pour en établir une culture positive et durable à l'intention des générations futures. À l'OMPI, cet objectif demeure au centre des activités de sensibilisation du public.

The Arts and Copyright peut être téléchargé en format pdf à l'adresse: www.wipo.int/freepublications/en/copyright/935/wipo_pub_935.pdf

Pour demander un exemplaire imprimé, veuillez écrire à: publications.mail@wipo.int.



NOUVEAUX PRODUITS



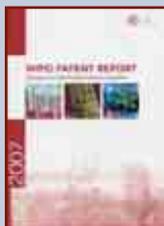
Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques, Protocole, Règlement d'exécution (texte en vigueur le 1^{er} avril 2007) et Instructions administratives (texte en vigueur le 1^{er} janvier 2005).
Anglais n° 204E, français n° 204F
20 francs suisses (port et expédition non compris)



Traité de coopération en matière de brevets (PCT) et Règlement d'exécution du PCT - 2007
Allemand n° 274G
20 francs suisses (port et expédition non compris)



Guide pour l'enregistrement international des marques en vertu de l'Arrangement de Madrid et du Protocole de Madrid (mis à jour en Avril 2007)
Français n° 455F, espagnol n° 455S
60 francs suisses (port et expédition non compris)



Rapport de l'OMPI sur les brevets: Statistiques sur l'activité-brevets dans le monde - 2007
Anglais n° 931E, français n° 931F
Gratuit



Intellectual Property and Bioethics - An Overview
Anglais n° B932E/IPB
Gratuit



Creative Heritage Project: IP Guidelines for Digitizing Intangible Cultural Heritage
Anglais n° L934E/TCH
Gratuit

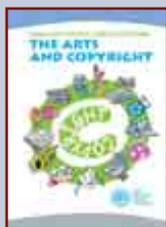
Commandez les publications en ligne à l'adresse: www.wipo.int/ebookshop
Téléchargez les produits d'informations gratuits à l'adresse: www.wipo.int/publications

Les publications ci-dessus peuvent également être obtenues auprès de la:
Section de la conception, de la commercialisation et de la diffusion, 34, chemin des Colombettes, C.P. 18, CH-1211 Genève 20, Suisse
Télécopieur: +41 22 740 18 12
Adresse électronique: publications.mail@wipo.int

Les commandes doivent contenir les indications suivantes:

- code numérique ou alphabétique de la publication souhaitée, langue, nombre d'exemplaires;
- adresse postale complète du destinataire;
- mode d'acheminement (voie de surface ou voie aérienne).

NOUVEAUX PRODUITS



Learn from the Past, Create the Future: the Arts and Copyright
Anglais n° 935E
Gratuit



The OMPI Guide to Intellectual Property Outreach
Anglais n° 1002E
Gratuit



Catalogue of Products - Septembre 2007
Anglais uniquement
Gratuit

Pour plus d'informations,
prenez contact avec l'OMPI:

Adresse:

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

Téléphone:

+41 22 338 91 11

Télécopieur:

+41 22 740 18 12

Messagerie électronique:

wipo.mail@wipo.int

ou avec son Bureau de
coordination à New York:

Adresse:

2, United Nations Plaza
Suite 2525
New York, N.Y. 10017
États-Unis d'Amérique

Téléphone:

+1 212 963 6813

Télécopieur:

+1 212 963 4801

Messagerie électronique:

wipo@un.org

Visitez le site Web de l'OMPI:

www.wipo.int

**et la librairie électronique de
l'OMPI:**

www.wipo.int/ebookshop

Le *Magazine de l'OMPI* est une publication bimestrielle de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), sise à Genève (Suisse). Il se propose de faciliter la compréhension des droits de propriété intellectuelle et du travail de l'OMPI dans le public et n'est pas un document officiel de l'OMPI. Les vues exprimées dans les articles et les lettres de contributeurs extérieurs ne reflètent pas nécessairement la position de l'OMPI.

La Revue de l'OMPI est distribuée gratuitement.

Si vous souhaitez en recevoir des exemplaires, veuillez vous adresser à:

Section de la conception, de la commercialisation et de la diffusion
OMPI
34, chemin des Colombettes
C.P.18
CH-1211 Genève 20, Suisse
Télécopieur: +41 22 740 18 12
Adresse électronique:
publications.mail@wipo.int

Si vous avez des commentaires à formuler ou des questions à poser, veuillez vous adresser à:

M. le rédacteur en chef
WipoMagazine@wipo.int

© 2007 Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle

Tous droits de reproduction réservés. Les articles de la Revue peuvent être reproduits à des fins didactiques. En revanche, aucun extrait ne peut être reproduit à des fins commerciales sans le consentement exprès, donné par écrit, de la Division des communications et de la sensibilisation du public, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle, C.P. 18, CH-1211 Genève 20, Suisse.