



ORGANISATION
MONDIALE
DE LA PROPRIÉTÉ
INTELLECTUELLE

MAGAZINE DE L'OMPI

GENÈVE - DÉCEMBRE 2007 - N°6

2

ASSEMBLÉES DES ÉTATS MEMBRES DE L'OMPI

11



SECOND LIFE

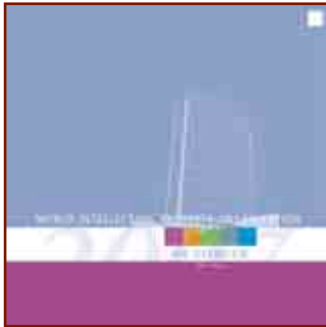
Droit des marques
et monde virtuel

8



SHAGGY

Le dancehall
à l'OMPI



Aperçu de l'OMPI Édition 2007

À l'instar de la propriété intellectuelle, domaine aux multiples facettes, l'OMPI est une organisation très diverse. Elle se distingue entre les institutions de la famille des Nations Unies par l'étendue et de la variété de ses fonctions. Il lui incombe en effet aussi bien d'être l'enceinte où les États membres négocient des traités et des normes de portée internationale en matière de propriété intellectuelle que d'aider les gouvernements à utiliser la propriété intellectuelle comme élément de leur stratégie de développement, d'assurer à tous les niveaux l'éducation et la formation requises que de fournir au secteur privé des services commerciaux en matière de propriété intellectuelle.

Une nouvelle publication intitulée *L'OMPI – Un aperçu* explique en termes simples comment fonctionne l'Organisation et comment elle mène à bien sa mission de promotion d'un système équilibré de propriété intellectuelle. Sans se vouloir exhaustif, cet ouvrage illustre bien, à l'aide d'exemples et de faits saillants qui seront mis à jour chaque année, toute la gamme des activités de l'OMPI et de ses réalisations. *L'OMPI – Un aperçu* remplace en une seule et même publication d'information plus efficace et plus accessible au public, les anciennes *Informations générales* de l'OMPI et le *Rapport annuel*.

L'OMPI – Un aperçu peut être téléchargé en français en format PDF à l'adresse: www.wipo.int/freepublications/fr/general/1007/wipo_pub_1007.pdf. Il est possible d'en commander un exemplaire imprimé auprès de la librairie électronique de l'OMPI, dont l'adresse se trouve au dos du présent Magazine.

TABLE DES MATIÈRES

- 2 COMPTE RENDU DES **ASSEMBLÉES** DES ÉTATS MEMBRES DE L'OMPI
- 6 EXPOSITION SUR LA CRÉATIVITÉ À **HONG KONG**
- 8 **SHAGGY**: LE DANCEHALL À L'OMPI
- 11 **LA P.I. ET LES ENTREPRISES**
SECOND LIFE - PROMOTION ET USAGE NON AUTORISÉ DE MARQUES DANS LE MONDE VIRTUEL
- 14 **SENSIBILISATION**
CHOC DE CULTURES: TOUS LES CONSOMMATEURS N'ONT PAS LA MÊME ATTITUDE **FACE À LA CONTREFAÇON**
- 16 **AU TRIBUNAL**
SANCTIONNER LE PROPRIÉTAIRE: UNE NOUVELLE ARME POUR COMBATTRE LA CONTREFAÇON EN CHINE
- 18 RÉSEAUX DE RECHERCHE ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE EN AFRIQUE
- 20 **PRIX DE L'OMPI**
- 22 FONDS FIDUCIAIRES - BULLETIN
- 23 **L'ACTUALITÉ EN BREF**
- 26 **COURRIER** DES LECTEURS
- 28 **CALENDRIER** DES RÉUNIONS

ASSEMBLÉES DES ÉTATS MEMBRES DE L'OMPI

Les 184 États membres de l'OMPI se sont réunis du 24 septembre au 3 octobre, afin de passer en revue les activités menées pendant l'année écoulée et examiner le programme de travail futur de l'Organisation. L'Assemblée générale, présidée par M. Martin I. Uhomobhi, ambassadeur et représentant permanent du Nigéria auprès de l'Office des Nations Unies à Genève, a été le cadre de débats parfois laborieux, au cours desquels les États membres, étant parvenus à des accords dans certains domaines, n'ont pas été en mesure, malgré tous leurs efforts pour aplanir leurs divergences, d'aboutir à un consensus sur d'autres questions. On trouvera ci-après un résumé des principales décisions de ces assemblées.

Plan d'action pour le développement

Par une décision qualifiée d'"historique" par le directeur général de l'OMPI, M. Kamil Idris, l'Assemblée générale a adopté un plan d'action pour le développement consistant en une série de recommandations visant une meilleure prise en considération des questions de développement dans les activités de l'Organisation. Ces dernières comprennent une série de 45 propositions acceptées par le Comité provisoire sur un plan d'action de l'OMPI pour le développement (PCDA), couvrant les six groupes d'activités suivants:

- assistance technique et renforcement des capacités;
- établissement de normes, flexibilités, politique des pouvoirs publics et domaine public;
- transferts de technologie, techniques de l'information et de la communication et accès aux savoirs;
- évaluations et études des incidences;
- questions institutionnelles, y compris mandat et gouvernance.

Les États membres sont convenus de créer un Comité du développement et de la propriété intellectuelle (CDPI), chargé de suivre et évaluer la mise en œuvre des recommandations adoptées et de faire rapport à cet égard, en coordination avec les organes compétents de l'OMPI. Ce comité, composé des États membres de l'OMPI et ouvert à toutes les organisations intergouvernementales et non gouvernementales accréditées, devrait tenir sa première réunion au cours du premier semestre 2008. L'Assemblée générale a également approuvé la mise en œuvre immédiate d'une série de 19 propositions qui avaient été recensees à l'issue d'un processus de consultations officielles



"L'OMPI a un rôle à jouer pour relever les défis actuels, le premier de tous étant le défi du développement... il nous appartient de soutenir et approfondir le rôle de notre Organisation, pour améliorer la qualité de vie de toutes nos populations." - Le président de l'Assemblée générale M. Martin Ihoeghian Uhomobhi, ambassadeur du Nigéria.

organisées par le président du PCDA avant la tenue de l'Assemblée générale.

Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux ressources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore

L'Assemblée générale a décidé de prolonger pour une période de deux ans le mandat du Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux ressources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore. Tout en prenant acte de l'œuvre importante accomplie jusqu'ici, les États membres ont réaffirmé leur volonté de parvenir à une plus grande convergence de vues sur ces questions. La décision adoptée réitère les instructions données par l'Assemblée générale au comité intergouvernemental en 2005 afin qu'il accélère ses travaux en mettant l'accent sur la dimension internationale. Le mandat n'exclut aucun résultat, y compris l'élaboration éventuelle d'un ou plusieurs instruments internationaux dans ce domaine, sans préjuger des travaux menés dans d'autres enceintes.

Comité permanent du droit des brevets (SCP)

Les délégués sont convenus à l'unanimité de demander à l'OMPI d'élaborer un rapport sur les questions relatives au système international des brevets en tenant compte des besoins et des intérêts variés de tous les États membres. Ils

“Ma fonction de président des assemblées de l’OMPI a renforcé ma sincère conviction que le multilatéralisme reste un instrument puissant pour forger la coopération internationale et des initiatives sur les questions de propriété intellectuelle qui peuvent apporter d’énormes avantages à l’humanité.”

Déclaration de M. Enrique Manalo (Philippines), président sortant de l’Assemblée générale.

ont également défini un projet de structure pour ce rapport, en précisant qu’il ne contiendrait pas de conclusion. Ce rapport servira de document de travail pour une session du SCP qui se tiendra au premier semestre de 2008, et sera diffusé à l’ensemble des membres et observateurs du SCP d’ici la fin du mois de mars 2008.

Protection des organismes de radiodiffusion

Les délégations ont observé que deux sessions spéciales du Comité permanent sur le droit d’auteur et les droits connexes (SCCR) avaient permis de progresser vers une meilleure compréhension des positions des différentes parties prenantes. Les États membres ont espéré que toutes les parties poursuivront leurs efforts pour parvenir à un accord sur les objectifs, la portée spécifique et l’objet de la protection. Ils ont décidé que la question des organismes de radiodiffusion et de distribution par câble resterait inscrite à l’ordre du jour des sessions ordinaires du SCCR et qu’il ne serait envisagé de convoquer une conférence diplomatique qu’une fois un accord atteint sur les objectifs, la portée spécifique et l’objet de la protection.

Protection des interprétations et exécutions audiovisuelles

Les États membres ont noté que l’OMPI avait organisé une série de séminaires en Afrique, en Asie et en Amérique latine pour favoriser les avancées sur le plan de la législation nationale et de la recherche d’un consensus international. En préparant ces manifestations, qui se poursuivront l’an prochain, l’OMPI a cherché à promouvoir une conception souple et équilibrée de la protection des artistes interprètes ou exécutants au niveau national, dans des domaines aussi concrets que les relations contractuelles et la négociation collective, l’exercice et le transfert des droits et le système de rémunération. Les États membres sont convenus de maintenir cette question à l’ordre du jour de l’Assemblée générale à sa session de 2008.

Comité consultatif sur l’application des droits

L’Assemblée générale a pris note du grand nombre d’activités entreprises durant l’année écoulée aux niveaux international, régional et national dans le domaine de l’application des droits de propriété intellectuelle. Les

États membres se sont penchés sur les travaux futurs du comité, et notamment sur la question de savoir si celui-ci devrait se concentrer sur l’élaboration de pratiques recommandées ou sur l’examen des préoccupations liées au développement et d’intérêts sociétaux plus larges.

Système de Madrid concernant l’enregistrement international des marques

Les décisions prises par l’Assemblée de l’Union de Madrid concernant l’enregistrement international des marques modifieront radicalement la structure du système de Madrid. Les États membres ont notamment approuvé l’abrogation de la “clause de sauvegarde”, de sorte qu’à compter du 1^{er} septembre 2008, pour les États liés à la fois par l’Arrangement et le Protocole de Madrid, seules les dispositions du Protocole, qui est le plus récent et le plus souple de ces deux traités, seront applicables. Le Protocole assouplit certaines dispositions de l’Arrangement afin de permettre l’adhésion d’États et d’organisations intergouvernementales dont les systèmes d’enregistrement de marques ne sont pas compatibles avec les dispositions de l’Arrangement, notamment en ce qui concerne les taxes à payer par les déposants, le choix des langues de travail et les délais applicables.

Système de La Haye concernant l’enregistrement international des dessins et modèles industriels

L’Assemblée de l’Union de La Haye a approuvé, en ce qui concerne la structure des taxes prévues par l’Arrangement de La Haye, un certain nombre de modifications qui se traduiront prochainement, pour les déposants des pays les moins avancés (PMA), par une réduction importante de certaines des taxes payables en vertu du système de La Haye. L’Assemblée a également adopté une recommandation encourageant les pays membres qui appliquent des taxes de désignation individuelles à indiquer que ces taxes individuelles sont ramenées, pour les déposants des PMA, à 10% du montant normalement perçu.

Les unions de Madrid et de La Haye ont également approuvé le financement d’un programme d’investissement sur quatre ans (2008-2011) visant à obtenir des gains d’efficacité en modernisant l’infrastructure informatique des systèmes de Madrid et de La Haye.



“L’avenir du système de la propriété intellectuelle dépend de l’engagement de ceux qui y participent. Afin d’assurer son évolution saine et constructive, l’avantage individuel doit céder le pas devant le bien collectif. Un tel système symbiotique ne peut finalement survivre que si toutes ses composantes s’épanouissent et reçoivent les nutriments dont elles ont besoin.” Extrait du document “OMPI – La décennie écoulée et les années à venir” présenté aux assemblées par le Secrétariat de l’OMPI.

Traité de coopération en matière de brevets (PCT)

L’Assemblée de l’Union du PCT a approuvé plusieurs nouveaux éléments de flexibilité pour améliorer le système de dépôt international des demandes de brevet selon le PCT.

L’Institut national de la propriété industrielle du Brésil et l’Office indien des brevets ont été nommés en qualité d’administrations chargées de la recherche internationale et d’administrations chargées de l’examen préliminaire international. Cela porte à 15 le nombre de ces administrations, qui établissent des rapports de recherche internationale et des opinions sur les demandes de brevet déposées en vertu du PCT. La nomination des 13 autres offices agissant actuellement en tant qu’administrations chargées de la recherche internationale et de l’examen préliminaire international¹ a été prolongée pour une période de 10 ans. Les États membres ont également approuvé l’établissement d’un système de recherche internationale supplémentaire facultative permettant aux déposants de découvrir des antériorités supplémentaires à un stade précoce et dans des langues additionnelles. Les règles régissant ce système entreront en vigueur le 1^{er} janvier 2009, mais les services de recherche internationale supplémentaire ne seront accessibles que lorsqu’ils seront proposés par au moins une administration chargée de la recherche internationale. Les administrations chargées de la recherche internationale sont libres de décider si elles souhaitent offrir ce service supplémentaire et à quelles conditions.

Le coréen et le portugais s’ajouteront, à compter du 1^{er} janvier 2009, aux huit langues actuellement acceptées pour la publication des demandes internationales selon le PCT.

Les États membres ont demandé à l’OMPI de conduire une étude sur les critères utilisés pour déterminer quels sont les pays en développement et les pays les moins avancés dont les déposants devraient bénéficier d’une réduction des taxes du PCT. Aucune décision n’a toutefois été prise sur des propositions visant à appliquer une réduction globale des taxes du PCT à ce stade.

Traité sur le droit des brevets (PLT)

L’Assemblée du PLT est convenue à l’unanimité de l’applicabilité au PLT d’un certain nombre de modifications apportées aux instructions administratives du PCT durant

l’année écoulée, et a adopté quatre formulaires internationaux types pouvant être utilisés devant l’office des brevets de toute partie contractante du traité. Les États membres ont pris note de mesures visant à fournir aux pays en développement, aux pays les moins avancés et aux pays en transition une assistance technique supplémentaire pour leur permettre de faire face aux obligations qui leur incombent en vertu du PLT, concernant en particulier le dépôt de communications sous forme électronique dans ces pays.

Service d’accès numérique aux documents de priorité

Les États membres ont pris note des progrès réalisés dans la mise en œuvre d’un service facultatif répondant aux besoins commerciaux des déposants en leur permettant de satisfaire aux exigences des offices de brevets en matière de documents de priorité sans avoir à se procurer physiquement et à envoyer des copies certifiées conformes de chacun de ces documents. Ce service, qui est élaboré par l’OMPI avec un certain nombre d’offices de brevets, devrait devenir opérationnel au premier semestre de 2008.

Rapport d’audit interne

Les États membres se sont divisés sur la manière de procéder à l’égard d’un rapport confidentiel de l’auditeur interne concernant des allégations à l’encontre du directeur général. Les points de vue ont fortement divergé, certaines délégations préconisant la tenue d’un débat immédiat de l’Assemblée générale sur le fond de ce rapport, tandis que d’autres soutenaient qu’un tel débat serait contraire aux règles du droit et que l’Assemblée générale devait s’en tenir, à ce stade, aux aspects procéduraux.

À la suite de consultations officieuses entre les “Amis du président” (un petit groupe de délégués comprenant les coordonnateurs des groupes régionaux et une délégation de chacun de ces groupes) sur ce point de l’ordre du jour, le président a proposé que le rapport soit confié au Comité d’audit aux fins d’examen dans un délai de 60 jours. Les Amis du président n’ont toutefois pas pu s’accorder sur cette proposition. En conséquence, le président a statué que “l’assemblée n’était pas parvenue à un accord sur cette question” et qu’il appartenait désormais aux États membres de poursuivre les consultations afin de déterminer la marche à suivre pour traiter cette question.

1. Les offices de l’Australie, de l’Autriche, du Canada, de la Chine, de l’Espagne, des États Unis d’Amérique, de la Fédération de Russie, de la Finlande, du Japon, de la République de Corée et de la Suède, ainsi que l’Office européen des brevets et l’Institut nordique des brevets.

Programme et budget

En dépit des recommandations formulées au mois de septembre par le Comité du programme et budget, les États membres n'ont pu parvenir à un consensus sur l'adoption du budget révisé pour l'exercice biennal 2006-2007 et des propositions relatives à l'exercice biennal 2008-2009. Certaines délégations ont estimé qu'il n'était pas possible de les approuver sans examiner de manière plus approfondie d'autres questions inscrites à l'ordre du jour des assemblées; tandis que d'autres souhaitaient que le programme et budget soit approuvé immédiatement, sans être lié à d'autres questions. Face à cette absence de consensus, les États membres ont procédé à un vote. Bien que la majorité se soit prononcée en faveur de l'adoption (64 pour; 44 contre), le programme et budget n'a pu être adopté à cette session, la majorité requise des deux tiers (72 votes) n'ayant pas été atteinte.

Aux termes de l'article 11.4)e) de la Convention instituant l'OMPI, "dans le cas où le budget n'est pas adopté avant le début d'un nouvel exercice, le budget de l'année précédente est reconduit selon les modalités prévues par le Règlement financier".

Rapport sur l'évaluation bureau par bureau

Le rapport final sur l'évaluation bureau par bureau des ressources humaines et financières de l'OMPI a été, dans l'ensemble, accueilli avec satisfaction par les États membres qui y ont vu une contribution utile, pour toutes les parties prenantes de l'OMPI, à l'amélioration des éléments clés des secteurs de direction et d'administration que sont les politiques relatives aux ressources humaines et la gestion des résultats et du comportement professionnels. Les États membres ont décidé que la proposition visant à mettre en œuvre les recommandations du rapport final dans le cadre d'un programme d'améliorations structurelles et d'une feuille de route établis par le Secrétariat serait examinée par le Comité d'audit avant d'être soumise aux États membres pour examen et approbation.

Mécanismes de supervision interne

L'Assemblée générale a approuvé le mandat révisé du Comité d'audit et la Charte de l'audit interne révisée, qui définit le cadre de la fonction d'audit interne de l'OMPI et

établit sa mission. L'Assemblée générale a pris note du rapport du directeur de la Division de l'audit et de la supervision internes et du Comité d'audit, et notamment de la première politique d'évaluation de l'OMPI. Cette dernière permettra de définir un cadre général de planification et de mise en œuvre des évaluations, visant l'amélioration des activités dans le cadre du système de gestion axée sur les résultats de l'Organisation.

Nouveau Règlement financier et nouveau règlement d'exécution du Règlement financier

Les États membres ont adopté le nouveau Règlement financier et le nouveau règlement d'exécution du Règlement financier élaborés après consultation des États membres, du Comité d'audit de l'OMPI, du vérificateur externe des comptes et de l'auditeur interne, conformément aux pratiques recommandées dans le système des Nations Unies et aux autres normes internationales. Ces règlements entreront en vigueur le 1^{er} janvier 2008.

Nouveaux observateurs

Conformément à la volonté de l'Organisation d'assurer la transparence et l'ouverture de ses débats, les assemblées des États membres de l'OMPI ont octroyé le statut d'observateur à 10 organisations non gouvernementales internationales et à quatre organisations non gouvernementales nationales supplémentaires. À l'heure actuelle, 66 organisations intergouvernementales, 211 ONG internationales et 35 ONG nationales ont le statut d'observateur auprès de l'OMPI.

Rapport sur l'exécution du programme en 2006

L'Assemblée générale a approuvé le rapport sur l'exécution du programme de l'Organisation en 2006, se félicitant des progrès accomplis dans un large éventail d'activités, et notamment des résultats positifs obtenus par le PCDA. Les États membres se sont félicités de l'étendue de l'assistance technico-juridique offerte par l'OMPI pour assurer le renforcement des capacités en matière de propriété intellectuelle des pays en développement et des économies en transition, et ont instamment invité l'Organisation à poursuivre et à intensifier ces activités.

Pour plus d'information

Tous les documents relatifs aux assemblées peuvent être consultés à l'adresse: www.wipo.int/meetings/fr/details.jsp?meeting_id=12803

EXPOSITION SUR LA CRÉATIVITÉ À HONG KONG

Hong Kong, "Perle de l'Orient", porte d'entrée du commerce international, complète son riche héritage culturel chinois en attirant sur ses rives la fine fleur de l'Orient et de l'Occident. La contribution de la propriété intellectuelle au développement social et économique de Hong Kong a été soulignée dans une exposition intitulée "Créativité Hong Kong – la propriété intellectuelle à Hong Kong (Chine)", qui s'est tenue au siège social de l'OMPI à l'occasion des assemblées des États membres, consacrée à la présentation d'œuvres d'art, de dessins et modèles, d'articles de mode et de films ainsi qu'aux activités de défense des droits de propriété intellectuelle.

Une marque pour Hong Kong

En 2000, Hong Kong a donné pour mission à un groupe international de firmes de communication d'élaborer une stratégie visant à positionner la ville sur la scène mondiale. C'est ainsi que prit naissance le projet "Brand Hong Kong", qui devait aboutir au choix, par une audience internationale, du logo au dragon représenté ci-dessus, dans lequel sont réunis les lettres H et K et les caractères chinois composant le nom de Hong Kong.

Asia's world city

HONG
KONG



Art

Ah Chung a débuté dans la carrière artistique comme caricaturiste politique – l'un des premiers à Hong Kong. En 1984, il se mit à peindre une série de tableaux à l'encre et en couleurs qui devait le placer parmi les artistes les plus en vue de Hong Kong. Ses œuvres sont exposées au Museum of Arts de Hong Kong.

1. **Broad-minded** (1998), Chevaucher les nuages et monter le brouillard. Le fleuve Jaune se change en ruisseau.

2. **Happy-go-lucky** (2005), Il est facile d'être perspicace. La tolérance est difficile.



1.



2.

“L’innovation se situe au cœur même de l’évolution d’une nation. Elle constitue pour cette dernière une source inépuisable d’inspiration sur la voie de la prospérité et du développement.”

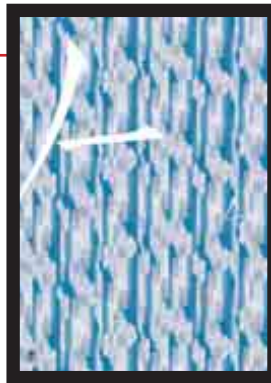
M. Li Baodong, ambassadeur et représentant permanent de la Chine auprès de l’Office des Nations Unies à Genève.

Graphisme

Fondée en 1972, l’association des auteurs de dessins et modèles de Hong Kong (HKDA) s’emploie à développer l’intérêt du public pour les métiers de création graphique et à valoriser le statut de ceux qui les pratiquent. Elle organise à cet effet un grand nombre de manifestations telles que les remises de prix HKDA, des expositions, ainsi que des séminaires pour apprendre aux créateurs comment assurer la protection de leurs droits.

1. **In Love with Bamboo** par Alan Chan, 2004. Sur cette affiche, un motif juxtaposé horizontalement forme une série de verticales qui donnent l’impression d’être des tiges de bambou. Le caractère chinois signifiant l’être humain est dessiné à partir de celui qui désigne le bambou.

2. **Flip: Chinese Contemporary Book Design** par Freeman Lau, 2004.



1.



2.

Calligraphie

La calligraphie chinoise est un art vieux de plus de 3000 ans qui jouit en Chine, au Japon et en Corée de la plus grande considération. Nombreux sont ses praticiens – il suffit de papier, d’encre et d’un pinceau – mais rares en sont les maîtres. Tsang Tsou Choi, un travailleur pauvre et peu éduqué, a commencé à l’âge de 35 ans à couvrir de graffitis calligraphiques les rues de Hong Kong. Lorsqu’il s’est éteint cette année, à 86 ans, ses inscriptions, d’abord considérées comme une véritable plaie, avaient été élevées au rang d’art. Le couturier William Tang a notamment créé une collection sur le thème de la calligraphie de Tsang Tsou Choi.



1.

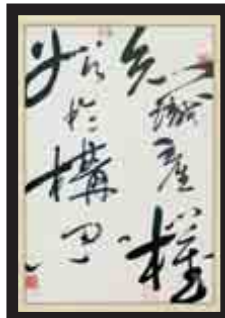
1. Ces graffitis calligraphiques de **Tsang Tsou Choi** témoignent des contributions de celui qui s’était lui-même proclamé “Empereur de Kowloon”.

2. Les modèles de **William Tang** inspirés de la calligraphie de Tsang Tsou Choi.

3. **Hung Chuen Wa**, un maître calligraphe exposé en Chine, au Japon, en Corée et à travers l’Europe, a créé pour l’OMPI quatre œuvres sur les thèmes de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle.



2.



3. “La propriété intellectuelle: tout commence par une idée”



“La propriété intellectuelle: un instrument de création de richesse”



“Encourager la créativité: protéger la propriété intellectuelle”

SHAGGY – LE DANCEHALL À L'OMPI



Photos: Jonathan Mammion

Données biographiques

Naissance: 22 octobre 1968, à Kingston (Jamaïque).

Nom: Orville Richard Burrell. Ses amis d'enfance le surnomment "Shaggy", du nom d'un personnage du célèbre dessin animé Scooby Doo.

Carrière: S'engage dans les Marines en 1988 (jusqu'en 1992). Connaît son premier grand succès en 1993, avec *Oh Carolina*, qui sera suivi de *Boombastic*, *In the Summertime*, *It Wasn't Me*

et *Angel*. Son album *Hot Shot* (2000) se vend à plus de 15 millions d'exemplaires et fait de Shaggy le premier artiste reggae à prendre la tête du Billboard 200, le classement des albums les plus vendus aux États-Unis.

Prix remportés: Grammy, Meilleur album reggae pour *Boombastic* (1995); Prix Juno (Canada), Album le plus vendu (2002). Reçoit, en octobre 2007, l'Ordre de distinction avec rang de Commandeur pour services exceptionnels rendus à la Jamaïque.

"Yo, this is M. Lover-Lover, boombastic – upfront and personal. Say yea, pay attention! Utter Shaggy."

Délivrée d'une voix grave de baryton, cette entrée en matière ne correspondait pas tout à fait au style auquel nous ont habitués les diplomates qui viennent nous voir à l'OMPI. Mais il faut dire que ce visiteur ne ressemblait pas non plus à ceux que nous voyons d'habitude. C'est en effet en sa qualité d'artiste vedette qu'Orville "Shaggy" Burrell, qui se présente lui-même comme l'ambassadeur jamaïcain du reggae, avait été invité à venir s'adresser aux participants à la *Conférence internationale de l'OMPI sur la propriété intellectuelle et les industries créatives*.

La carrière de Shaggy, dont les disques se sont vendus à plus de 20 millions d'exemplaires depuis le succès de *Oh Carolina* en 1993, témoigne de sa créativité et d'une propension à aller à contre-courant des tendances. Avec leurs rythmiques brutales et leurs textes gouailleurs, des chansons comme *Boombastic*, en 1995, ont propulsé le style hybride de musique reggae ou dancehall¹ de Shaggy au sommet des palmarès R&B, pop et hip-hop du monde entier. Il semble bien que son dernier disque, l'obsédant *Church Heathen*, qui s'adresse pourtant aux inconditionnels du dancehall, soit en passe d'être un autre grand succès.

Shaggy a bien voulu prendre le temps, avant de quitter la conférence, de s'entretenir avec le Magazine de l'OMPI au sujet de sa musique et de son expérience personnelle des industries de création.

La conférence de l'OMPI a examiné la question de la contribution économique des industries de création. À votre avis, quelle contribution l'industrie de la musique apporte-t-elle à la Jamaïque?

La Jamaïque bénéficiera probablement plus de la musique que n'importe quel autre pays, car ce qui fait son attrait,

plus que toute autre chose, c'est son acquis culturel. Quand vous pensez à la Jamaïque, vous pensez à Bob Marley. Dès que l'avion se pose en Jamaïque, vous ressentez l'essence du reggae. Et si vous êtes un artiste qui cherche à se faire une place dans l'industrie de la musique, la Jamaïque est l'un des endroits où vous pourrez le plus facilement faire étalage de vos talents – il y a tellement d'endroits qu'il vous suffira de sauter sur une scène.

Dans votre propre musique, que recherchez-vous lorsque vous créez une nouvelle chanson?

Il y a trop de succès, de nos jours, qui durent à peine six semaines. On fait beaucoup de battage autour de ces chansons, mais ça ne veut pas dire qu'elles sont bonnes. Un musicien ne veut pas être une simple mode passagère. Il veut entrer dans l'histoire. Même la nouvelle génération commence à revenir vers les classiques. Alors moi, je cherche la chanson qui va faire un succès monstre – celle qui va durer... et durer... pour toujours. J'en ai probablement quatre ou cinq comme ça. Je ne réussis pas à tous les coups. Ces chansons-là, quelquefois, ce sont elles qui vous choisissent; pas l'inverse.

Les jeunes qui chantaient *Boombastic* à la maternelle sont maintenant des adultes. Comment fait-on pour continuer pendant 15 ans à intéresser un public toujours nouveau?

Il faut se réinventer et se présenter de nouveau au public. Pour rester intéressant, il faut toujours innover et être un peu éclectique – ne pas aller dans le même sens que tout le monde. C'est plus difficile, parce que tout le monde ne pense pas comme ça. Ce que je veux dire, c'est que les gens aiment aller dans le sens du courant, pas à contre-courant.

Et que se passe-t-il quand les maisons de production de disques ne sont pas convaincues?

Les maisons de disques sont des entreprises, de sorte qu'elles ont tendance à utiliser la même formule: trouver un

1. Le dancehall – ou ragga – est un dérivé du reggae qui a pris naissance en Jamaïque dans les années 1970. Il s'agit d'un style de musique dans lequel un DJ improvise (toasting) sur une base de "riddims" électroniques se prêtant à la danse.

“Le droit d’auteur... on pourrait dire que c’est notre pension de retraite — une chose qui nous manque justement, dans la fraternité du reggae.”

gros producteur, le mettre avec une grosse vedette et veiller à ce que l’impression produite soit bonne. Même si le disque est médiocre, ça donnera au moins une énorme histoire à vendre. Et dans notre société, nous sommes friands de ce genre de chose – tout comme nous avons été friands de Paris Hilton. Ce qui est dommage, c’est que si vous procédez comme ça, vous ne créez pas un classique, mais d’un autre côté, vous aurez probablement fait une tonne d’argent. Autrement dit, c’est un couteau à double tranchant.

Vous disiez tout à l’heure qu’à vos débuts, vous deviez faire preuve de créativité non seulement pour écrire la musique, mais aussi pour obtenir qu’elle soit diffusée sur les ondes. Parlez-nous de cela.

Aujourd’hui, la musique dancehall fait partie de la culture populaire. Mais quand nous avons sorti *Boombastic*, en 1995, les grandes stations de radio ne voulaient pas nous faire passer sur les ondes. Elles disaient: “ça ne correspond pas à notre format”. C’est seulement quand nous avons fait le remix avec des extraits de *Let’s Get it On* [de Marvin Gaye] que nous avons commencé à avoir du temps d’antenne. Donc la réponse est oui: il fallait que nous soyons créatifs dans notre marketing.

La musique dancehall n’a jamais connu une belle histoire de coopération avec le secteur commercial, comme Justin Timberlake avec Coca Cola, par exemple. Faire une présentation à un conseil d’administration pour le convaincre d’utiliser le reggae pour vendre un produit, ça ne marche pas. Mais on ne peut pas mettre la faute uniquement sur le fait que le reggae est une “musique de minorité”. Les artistes ont aussi leur part de responsabilité. Nous sommes comme un magasin. Nous devons nous vendre. Autrement, les gens iront tout simplement dans l’autre magasin, celui qui est plus joli et où le commerçant est plus sympathique...

Vous avez parlé, à la conférence de l’OMPI, de la naissance de l’idée créative. Où cherchez-vous les idées pour vos chansons?

L’idée provient de l’endroit où se trouve votre carrière au moment concerné. Comme maintenant avec *Church Heathen*. Je ne voulais pas que ce soit encore un autre disque hybride. Après mes [succès plus *mainstream*] comme *It Wasn’t Me*, je savais que je devais sortir quelque chose qui allait me ramener mon audience de base – un énorme succès local *underground* qui pourrait être joué dans n’importe quelle boîte.

Normalement, il y a trois possibilités pour ça: on peut faire une chanson basée sur les armes à feu, la danse ou les filles. Mais le problème, c’est que je ne fais pas dans

les armes à feu, je suis un danseur minable, et si je faisais une chanson sur les filles, ce ne serait pas me réinventer. J’avais donc besoin d’un sujet qui pouvait plaire à tout le monde: jeunes ou vieux, hétéros ou homos, bourgeois



“Il faut se réinventer.”

ou gens branchés. J’ai regardé autour de moi, et j’ai vu l’église. Et c’est de là qu’est partie l’idée. C’est ce qui nous a donné les chœurs, avec cette extraordinaire couleur de cathédrale. Le reste – l’humour des paroles, la vidéo, l’idée de mettre en scène Ninja Man – est venu tout seul. Donc l’idée, cette chose dont vous savez qu’elle va toucher les gens, prend vie, en quelque sorte, pour devenir cette chanson, ce succès immense.

Pour vous, en tant que musicien actif, qu’est-ce que le droit d’auteur?

Pour moi, le droit d’auteur en Jamaïque est une chose très importante. À mon avis, on pourrait dire que c’est notre “pension de retraite”, une chose qui nous manque justement, dans la fraternité du reggae.

Vous savez, la première loi sur le droit d’auteur de la Jamaïque date d’environ 1993. Pour une île qui vit de sa musique et de sa culture, il aurait fallu que ça se fasse bien plus tôt. Quand je vois le nombre de grands artistes jamaïcains dont les enregistrements appartiennent à d’autres personnes et dont les licences sont probablement détenues par d’autres encore et qui ne touchent pas un sou, et bien cela m’attriste. Si le gouvernement mettait en place des lois pour protéger ces artistes et nous créer une pension de retraite, nous ne pourrions pas demander mieux.

Quelles ont été, pour vous, les incidences du téléchargement illicite?

Nous sommes tous touchés par le téléchargement illicite. Avec la technologie, la musique est gratuite. C’est la dure réalité. Mais ce que fait le téléchargement, c’est qu’il favorise le consommateur. Je veux dire, combien de fois vous est-il arrivé d’acheter un album pour une chanson et de détester toutes les autres quand vous les écoutez? Avec le téléchargement, on peut écouter avant d’acheter. C’est génial pour un consommateur.



Photo: Jonathan Mannion



Shaggy, présenté par Mme Olivia Grange, ministre de la culture de la Jamaïque comme un artiste hautement professionnel "qui a une place très spéciale dans notre cœur, en Jamaïque".

Mais les conséquences pour l'artiste, quand les gens téléchargent gratuitement, au lieu d'acheter les disques?

Si vous êtes un artiste qui fait de très bons disques, vous continue-

rez à faire de très bons disques. Vous ne gagnerez pas beaucoup d'argent avec ces disques, mais vous pourrez avoir une carrière. La chose qu'on ne peut pas vous enlever, c'est ce que vous êtes sur une scène. Donc en fait, ça peut pousser un artiste à être plus qu'un simple interprète de studio, à être un artiste incroyable sur scène – à monter la barre d'un cran. Les grands perdants, ce sont les maisons de disques.

Même s'il y a moins d'argent à investir sur de nouveaux artistes parce que les ventes ont baissé?

On ne peut pas mettre toute la faute sur le téléchargement. Il y a bien longtemps que ça dure – depuis le jour où les labels ont commencé à appartenir à de grandes entreprises. Un label qui appartient à un magnat du disque, ça n'existe plus aujourd'hui – il n'y a plus de Chris Blackwell.² Rappelez-vous que Chris Blackwell a cru à Bob Marley, qu'il l'a soutenu jusqu'à ce qu'il ait un tube – et il a fait sept disques avant que ça arrive! Je ne suis pas sûr qu'une bande de comptables, dans un conseil d'administration, se laisserait facilement convaincre d'en faire autant.

Vous disiez que les artistes devraient changer la manière dont ils conçoivent leur métier. Vous vouliez dire cesser de penser en priorité aux ventes de disques?

Quand vous avez un tas de tubes, vous êtes quelqu'un, même si vous n'avez pas été payé. Vous devenez un nom,

quelqu'un dont il faut tenir compte. Ça a une valeur. Les gens ont été étonnés quand Prince a fait don d'un million de disques par l'intermédiaire d'un journal. Il savait très bien ce qu'il faisait. Il a donné 21 concerts en Angleterre – tous à guichets fermés. Il a utilisé le disque comme outil de promotion, pour promouvoir sa "marque". Madonna fait la même chose. Robbie Williams fait la même chose. Nous avons vu beaucoup d'autres artistes qui utilisent la musique comme outil de promotion.

Je pense que nous allons voir de plus en plus d'artistes devenir non seulement des artistes, mais aussi des célébrités. C'est déprimant de penser qu'on ne peut pas simplement composer une super chanson et s'en tenir là. Si vous ne l'exploitez pas, en signant des contrats pour vendre des baskets, du parfum, des vêtements ou n'importe quoi d'autre, votre tube ne va pas vous faire gagner beaucoup d'argent, car à ce stade, la marge bénéficiaire est déjà très diluée.

C'est faisable quand on est déjà connu. Mais qu'en est-il des obstacles auxquels doivent faire face les nouveaux talents?

Quand vous êtes un jeune artiste, vous n'avez pas vraiment le choix. Tant que vous n'avez pas fait un succès, vous n'êtes personne. C'est comme ça, c'est tout! Vous devez d'abord trouver le moyen de vous mettre en position de force pour négocier. Donc le plus important, pour un jeune artiste d'aujourd'hui, c'est de faire connaître son nom, de faire en sorte que tout le monde sache qui il est; il n'a rien à perdre, alors il faut qu'il profite de la vague pour se rendre jusqu'à un point où il pourra faire des choix.

Conférence internationale de l'OMPI sur la créativité et les industries de création

Shaggy était parmi les 20 intervenants venus présenter aux participants de cette conférence, les 29 et 30 octobre, un large éventail de points de vue sur le rôle de la propriété intellectuelle dans les industries de création.

Les allocutions liminaires des ministres de la culture du Liban, de la Jamaïque et du Nigéria ont été suivies d'exposés sur des questions telles que l'évolution des industries de création dans l'environnement numérique, notamment en ce qui concerne la protection des contenus en ligne et la gestion collective des droits, des pratiques recommandées d'utilisation de la propriété intellectuelle à l'intention des entreprises innovantes des secteurs de la musique, du livre, du cinéma et des jeux en ligne et des questions de mesure telles que l'économie de la culture comme instrument d'analyse, l'index de la créativité et l'expérience de l'OMPI en matière d'évaluation de la contribution économique des industries de création.

Pour consulter le programme de la conférence et les présentations des conférenciers: www.wipo.int/meetings/en/2007/ip_ind_ge/program.html

2. C'est à Chris Blackwell, fondateur, en 1959, de la maison *Island Records*, que l'on attribue généralement d'avoir fait découvrir le reggae au monde entier. Il a notamment signé Bob Marley en 1971.

SECOND LIFE -

Promotion et usage non autorisé de marques dans le monde virtuel

Les jeux en ligne donnent naissance à des droits dont la protection est assurée en vertu du système de la propriété intellectuelle. Mais les créateurs des mondes virtuels tels que *Second Life* reconnaissent également une propriété intellectuelle d'un genre nouveau, élaborée par les joueurs qui évoluent et interagissent dans les mondes qu'ils ont créés. Sur ces droits repose tout un commerce de créations virtuelles qui a fait des millions dans le monde réel. Cet article* examine l'utilisation des droits de marque dans *Second Life*, où la propriété intellectuelle constitue la pierre angulaire du commerce réel. Il a été adapté avec l'aimable autorisation du Bulletin de l'INTA (© 2007 Association internationale pour les marques).

Un monde complètement nouveau – un monde propice à la promotion des marques autant qu'à leur utilisation illicite – est en train de prendre naissance: le monde de la réalité virtuelle. La presse à grand tirage nous parle de plus en plus souvent d'activités commerciales menées dans des mondes virtuels. Dans un rapport publié récemment, Gartner, Inc., une firme de recherche et de conseil spécialisée dans les technologies de l'information, nous apprend que d'ici à la fin de 2011, 80% des utilisateurs actifs de l'Internet auront, sous une forme ou une autre, une présence dans un monde virtuel. L'un des plus en vogue actuellement est *Second Life*®, une économie en ligne dont le rythme de croissance est supérieur à 25% par mois. Souvent présenté comme un "jeu de rôle en ligne massivement multi-joueurs (*massive multiplayer online role-playing game* ou MMORPG – prononcer *morpeg*), *Second Life* n'est certainement pas un jeu d'ordinateur traditionnel.

Selon Linden Lab, la société de San Francisco (Californie) à laquelle appartient *Second Life* et qui en assure la gestion, il s'agit d'un "monde tridimensionnel en ligne dont la population en croissance rapide provient de plus de 100 pays et dans lequel tout – maisons, véhicules, boîtes de nuit, magasins, paysages, vêtements, jeux et autres – est créé par les résidents eux-mêmes". Ces derniers sont des personnages virtuels nommés avatars, créés par leurs utilisateurs. De plus en plus de grandes marques sont attirées par la forte identification des utilisateurs avec leurs avatars et la possibilité qu'offre ce monde de créer des entreprises virtuelles tout à fait susceptibles de participer à l'économie réelle. Outre d'offrir un nouveau terrain de promotion des marques ainsi que de création et d'utilisation des droits de propriété intellectuelle, cet environnement ouvre aussi la porte à de nouvelles possibilités d'atteinte aux droits de propriété intellectuelle, et notamment aux droits de marque.

Possibilités et enjeux

La politique de Linden Lab à l'égard des allégations d'atteinte au droit d'auteur est conforme aux dispositions de la loi des États-Unis d'Amérique sur le droit d'auteur dans un environnement numérique (Digital Millennium Copyright Act). En ce qui concerne les droits de marque, il est spécifié sur le site de *Second Life* que "d'une manière générale, le personnel de Linden procède au retrait de

"Vous restez titulaire du droit d'auteur et de tout autre droit de propriété intellectuelle relatif au contenu que vous créez sur *Second Life*."

tout contenu faisant usage d'une marque sans autorisation visible, que celui-ci s'accompagne ou non d'un avis à cet effet au titulaire de l'objet concerné... Tout résident qui constate qu'une marque fait l'objet d'un usage non autorisé de la part d'un autre résident sur *Second Life* peut remplir une déclaration de comportement abusif." Aucune jurisprudence ne permet actuellement de savoir si l'utilisation par un avatar d'une marque réelle dans un monde virtuel est constitutive d'usage de marque – l'une des conditions nécessaires de l'atteinte au droit de marque.

Photo: *Second Life*



Les titulaires de marques doivent être conscients des possibilités et des enjeux que présentent pour eux les mondes virtuels tels que *Second Life*. Certains ont établi des magasins de détail sur *Second Life* et utilisent cette présence en ligne pour vendre leurs produits dans le monde réel. Toutes les considérations relatives à la réputation des marques ou à l'atteinte à cette dernière existent dans ce nouveau médium, exactement comme dans le monde réel. Des plaintes ont déjà été déposées pour contrefaçon ou atteinte au droit d'auteur pour cause d'appropriation illicite d'objets créés et utilisés dans des mondes virtuels. Si l'on considère qu'il s'effectue actuellement plus de 11,5 millions de transactions par mois dans ce domaine, il suffirait qu'une sur cent seulement comporte l'utilisation non autorisée d'une marque pour que l'on se trouve face à 115 000 actions potentielles en justice, soit plus de 1,4 million par an.

Second Life, Conditions d'utilisation, 3.2

De plus en plus de grandes marques sont attirées par la forte identification des utilisateurs avec leurs avatars.



“Tout résident qui constate qu’une marque fait l’objet d’un usage non autorisé de la part d’un autre résident sur Second Life peut remplir une déclaration de comportement abusif.”

L'utilisateur moyen est en ligne de 20 à 40 heures par semaine.



Photo: Second Life

Il est essentiel, pour les titulaires de marque, de se faire une idée du potentiel de Second Life comme vecteur commercial. Avec une fréquentation constituée à peu près à égalité d'hommes et de femmes dont l'âge moyen s'établit à 32 ans et qui disposent, par conséquent, d'un pouvoir d'achat véritable, le monde virtuel est en effet devenu pour les entreprises un endroit idéal où commercialiser leurs produits. L'incroyable taux de croissance du site vient encore renforcer ce constat. Il n'est donc pas surprenant que des entreprises telles que Toyota, Dell et Reebok aient décidé de prendre position sur le "marché numérique" en ouvrant leurs propres magasins en ligne et en faisant le choix de les utiliser à des fins publicitaires.

**Second Life,
Conditions d'utilisation,
4.3**

“Vous devrez vous conformer aux dispositions de la Digital Millennium Copyright Act pour toute plainte pour atteinte au droit d'auteur prévue par ladite loi.”

Plus de neuf millions de comptes auraient été ouverts sur Second Life depuis sa création, en 2003 (rappelons que plusieurs avatars peuvent avoir été créés pour un même compte), tandis que la communauté dite active, c'est-à-dire celle des personnes qui fréquentent régulièrement le site, compterait 600 000 résidents. Plus de la moitié des utilisateurs de Second Life vivent en Europe, et un tiers, aux États-Unis. L'utilisateur moyen est en ligne de 20 à 40 heures par semaine. En hommage à la popularité fulgurante de Second Life, le magazine *Time* a inclus cette année Philip Rosedale, le créateur du site, dans sa liste des 100 personnalités les plus influentes au monde, et des agences de presses telles que Reuters ont posté des journalistes sur Second Life.

Le Land de Bade-Wurtemberg, en Allemagne, a une représentation sur Second Life, où il a été rejoint par les ambassades des Maldives et de la Suède. Second Life compte parmi ses résidents un incubateur virtuel d'entreprises nommé Nonprofit Commons, avec 30 organismes à but

non lucratif, et l'Association du barreau de Linden qui, aux dernières nouvelles, compte 30 avocats tout à fait réels. La Société américaine du cancer a organisé une collecte de dons virtuelle qui lui a permis de réunir 82 000 dollars au cours des mois précédant son événement Relay for Life.

Commerce d'objets de propriété intellectuelle virtuels

Deux différences importantes distinguent Second Life des autres MMORPG. Tout d'abord, les joueurs conservent les droits de propriété intellectuelle s'appliquant aux objets virtuels qu'ils créent. Il est en effet stipulé, dans les conditions d'utilisation: "la titularité du droit d'auteur et des autres droits de propriété intellectuelle relatifs aux contenus que vous créez sur Second Life vous appartient dans la mesure où la législation applicable vous reconnaît de tels droits". Il en résulte que les résidents créent de plus en plus d'objets et de biens numériques pour avatars, dans le but de les vendre à d'autres utilisateurs.

Deuxièmement, Second Life a sa propre monnaie, le "linden dollar", qui peut être échangé sur une bourse des devises nommée LindeX à raison de 270 linden dollars pour un dollar É.-U. au taux actuel. Il existe au moins trois autres bureaux de change où il est possible aux joueurs de troquer contre une monnaie bien réelle les linden dollars qu'ils auront accumulés en vendant à d'autres résidents des créations numériques ou des biens immobiliers virtuels.

Selon Philip Rosedale, qui participait, le 1^{er} août 2007, au salon de la technologie *AlwaysOn*, les résidents gagnant plus de 1000 dollars É.-U. par mois sur Second Life sont au nombre de 830. Certains ont même suffisamment de succès, dans leurs activités commerciales virtuelles, pour en faire leur principale source de revenus. Second Life et les autres jeux massivement multi-joueurs ont donné naissance à un marché immobilier virtuel d'une valeur totale estimée à plusieurs centaines de millions de dollars É.-U., et la taille de l'"économie Second Life" vient de doubler en six mois. Selon le magazine *Time*, 6,8 millions de dollars É.-U. ont changé de mains sur LindeX en juin 2007 et le Congrès américain examine la possibilité de fiscaliser ce commerce. Il existe maintenant des entreprises entièrement consacrées à la création de biens virtuels dans des univers virtuels.

Surveillance des comportements illicites

En permettant à ses utilisateurs de conserver la propriété de leurs créations et d'échanger leur monnaie virtuelle



Le fabricant d'ordinateurs Dell a créé une usine et un magasin virtuel sur Second Life.

Économie virtuelle

Parti d'un investissement initial de 9,95 dollars É.-U., soit le prix que coûte l'ouverture d'un compte Second Life, l'avatar Anshe Chung a fait de sa créatrice Ailin Graef une millionnaire dans la vraie vie. Pour cela, Anshe a acheté sur Second Life de l'immobilier qu'elle a su brillamment subdiviser, développer et paysager avant de le remettre en location ou en vente sur le marché. D'autres avatars ont alors acheté le style de vie ainsi créé par Anshe qui, deux ans et demi plus tard, est devenue un grand promoteur immobilier virtuel dont les projets rivalisent avec les modèles à grande échelle du monde réel.

Anshe Chung n'est que l'un des résidents virtuels du monde Second Life qui assurent à leur propriétaire un revenu confortable. De plus en plus d'abonnés exercent désormais une activité commerciale sur Second Life. En avril 2007, la valeur moyenne des transactions effectuées chaque jour dans cette économie était de 1,5 millions de dollars É.-U. Les produits proposés à la vente vont des vêtements et des cheveux et textures de peau pour avatars aux véhicules, meubles et, bien entendu, maisons – vendus, pour la plupart, sous des marques propres au monde de Second Life. En l'absence de toute barrière financière ou physique à l'entrée, le succès est exclusivement une question de qualité esthétique et d'image de marque. N'importe qui peut se mesurer aux marques les plus importantes, les plus connues et les plus luxueuses du monde réel, dès lors qu'elles sont implantées sur Second Life.

Des menaces planent toutefois aussi sur ce marché virtuel. À la fin de l'année 2006, l'avatar Prim Revolution a en effet provoqué l'ire des résidents de Second Life en mettant en vente sous le nom de CopyBot un programme capable de dupliquer n'importe quel objet virtuel sans le payer – mettant du même coup en danger toute l'économie virtuelle de Second Life ainsi que ses retombées dans le monde réel. Le programme a été interdit par Linden Labs, et les résidents peuvent remplir une déclaration de comportement abusif et porter plainte en vertu de la loi sur le droit d'auteur dans un environnement numérique, mais la procédure est complexe.

Quoi qu'il en soit, l'avenir d'Ailin Graef semble assuré. Elle a en effet fondé Anshe Chung Studios, une vraie entreprise basée en Chine dans laquelle sont créés des environnements immersifs en 3D destinés à des applications aussi diverses que l'enseignement, les conférences d'affaires et l'élaboration de prototypes de produits.

contre des dollars sonnants et trébuchants, Second Life a stimulé la création d'une véritable économie de consommation dans le cyberspace, mais comme on pouvait s'y attendre, cette dernière a donné lieu à de nombreux cas d'atteinte aux droits de propriété intellectuelle. Les avatars peuvent, par exemple, acheter auprès de résidents "entreprenants" des chaussures virtuelles NIKE revêtues du logo en virgule distinctif de la marque ou des baladeurs iPod remplis à capacité des succès les plus en vogue, et cela sans que Nike, Apple ou les interprètes aient autorisé la création et la vente d'articles virtuels exploitant leurs marques, œuvres, dessins et modèles ou autres droits de propriété intellectuelle de grande valeur. Les conditions d'utilisation publiées par Second Life interdisent ces atteintes, mais tout comme dans le monde réel, c'est aux titulaires de droits qu'il incombe le plus souvent de faire la police.

Si un grand nombre de titulaires de droits semblent avoir choisi d'attendre de voir quelle direction prendra la popularité naissante de Second Life, il importe néanmoins qu'ils prennent conscience du potentiel commercial de cet univers et des risques d'atteinte qu'il présente. Il a, en tout cas, donné lieu, jusqu'à présent, à au moins une procédure de justice dans le monde réel: la société Eros, LLC poursuit pour atteinte au droit d'auteur, contrefaçon de marque et fausse représentation, en raison de la reproduction et la vente non autorisées d'un lit virtuel s'adressant aux adultes.

* Adaptation par le Magazine de l'OMPI d'un article de **Susan D. Rector**, Schottenstein Zox & Dunn Co., Columbus, Ohio, É.-U.; **Peter Giddens**, Lang Michener LLP, Toronto, Ontario, Canada; **Ron Klagsbald**, Price-Klagsbald Law Offices, Ramat-Gan, Israël; **Dinisa Hardley Folmar**, The Coca-Cola Company, Atlanta, Georgia, É.-U.; **Thomas LaPerle**, Apple Inc., Cupertino, Californie, É.-U.; **Ellen Shankman**, Ellen Shankman & Associates, Rehovot, Israël; paru dans le Bulletin de l'INTA n° 17, vol. 62 du 15 septembre 2007.

CHOC DE CULTURES

Tous les consommateurs n'ont pas la même attitude face à la contrefaçon

Dans le domaine de la mode, la contrefaçon est un phénomène mondial. Les associations d'industriels et les gouvernements consacrent des millions à des campagnes visant à dissuader les consommateurs d'acheter des copies. Mais un message peut porter dans une région du monde et tomber à plat dans une autre. Pour qu'une campagne soit efficace, il est essentiel de comprendre les attitudes des consommateurs et les influences culturelles auxquelles ils sont soumis. La journaliste **JO BOWMAN** a procédé à une analyse des attitudes des consommateurs avec des spécialistes en études de marché de Hong Kong et d'Italie. Elle rend compte, dans cet article, des constatations faites dans ces deux cultures très différentes ainsi que de leurs implications en ce qui concerne l'élaboration de messages efficaces.

Prenez deux sacs Louis Vuitton identiques. Tous deux sont des contrefaçons et tous deux ont été achetés par des personnes aimant la mode et les bonnes affaires. Pourtant, l'une d'elles fait fièrement étalage de son faux sac à main, alors que l'autre en cache soigneusement l'origine.

La différence? Le premier sac a été acheté en Italie, où le paraître est plus important que toute autre chose, et où l'on considère souvent que contourner les règles n'est jamais qu'un jeu inoffensif. Le second a été acheté à Hong Kong, où le consumérisme et le confucianisme s'allient pour attiser le désir de posséder des articles de luxe, car ceux-ci confèrent à leur propriétaire dignité et respect.



Les vendeurs à la sauvette de faux sacs à main vont tenter les chasseurs de bonnes affaires jusque dans le quartier des boutiques de luxe de Venise.

Des stéréotypes, assurément. Mais ils dénotent deux marchés très différents et, pour qui veut choisir le bon message à leur adresser afin de les convaincre de ne pas acheter des contrefaçons, deux manières bien distinctes de voir les choses.

Acheter "futé"

En Italie, patrie d'innombrables maisons de luxe de réputation mondiale, la mode est un pilier de l'économie nationale et une habitude de vie.

"La mode est très, très importante pour les Italiens" explique la styliste milanaise Gabriella Tinelli. "C'est dans notre sang: nous devons faire bel effet." Même dans la plus petite ville d'Italie, la traditionnelle *passaggiata*, la promenade du soir sur la rue principale, a essentiellement pour but d'impressionner par le vêtement. Sauter dans un vieux survêtement pour aller conduire les enfants à l'école serait carrément impensable.

Quant à savoir combien les consommateurs sont disposés à payer pour avoir de l'allure, c'est une toute autre paire de manches, encore compliquée par l'admiration portée à qui sait se montrer *furbo*, autrement dit roublard. L'acheteur "futé" est inmanquablement attiré par la perspective d'une bonne affaire, d'où le succès dont jouissent sur les bords de mer les vendeurs à la sauvette de contrefaçons de sacs à main et de ceintures.

Comment faire, dans ces conditions, pour décourager ces chasseurs de bonnes affaires? Selon la loi italienne, l'acheteur de contrefaçon s'expose à une amende pouvant atteindre 10'000 Euros. Mais personne ne s'en inquiète vraiment. Les campagnes de sensibilisation au caractère délictueux de la contrefaçon n'ont pas beaucoup de succès. De nombreux Italiens – comme d'autres Européens – ne voient dans l'achat d'un faux qu'un acte tout aussi innocent et émoustillant qu'un petit excès de vitesse ou un léger oubli dans leur déclaration d'impôts.

"Nous stationnons nos voitures là où il y a des panneaux d'interdiction" dit de ses compatriotes Silvio Paschi, secrétaire général de l'association italienne de lutte anti-contrefaçon Indicam. Personne ne veut acheter un produit prétendument authentique et s'apercevoir ensuite que c'était un faux. En revanche, la personne qui achète sciemment une copie de produit de luxe à un prix défiant toute concurrence pourra en concevoir de la fierté. "Ils savent que la qualité est moins bonne, mais ça leur permet de prétendre. Il n'y a pas de différence particulière avec les autres régions d'Europe de l'Ouest."

Il n'y a pas que le prix. Selon un porte-parole de Prada, certaines personnes achètent effectivement des contrefaçons pour la simple raison qu'elles n'ont pas les moyens de se payer un original, mais en Italie, cela se fait aussi par jeu. "Vous êtes sur la plage, vous vous ennuyez, et vous voyez arriver un type avec une fausse Rolex. Vous marchandez un peu, et ça devient amusant, explique-t-il. Vous rentrez chez vous en disant 'Regardez ma nouvelle Rolex E30'. D'une certaine manière, c'est un jeu." Il arrive même parfois que des gens bien nantis laissent traîner une contrefaçon parmi leurs originaux, pour rire.

Il n'est pas évident, face à cette insouciance, de faire comprendre aux consommateurs toute l'importance des conséquences économiques de la contrefaçon. Le Gouvernement

italien a nommé à cet effet un haut-commissaire à la lutte anti-contrefaçon et renforcé sa législation en matière de protection des droits de propriété intellectuelle. Selon M. Laurent Manderieux, professeur de droit de la propriété intellectuelle à l'université Bocconi de Milan, la police, les services douaniers et les offices de propriété intellectuelle ont fait un travail "remarquable" pour combattre l'industrie du faux.

Perdre la face

Les grands noms du luxe européen sont tout aussi prisés à Hong Kong, la ville dont la consommation de Rolls-Royce et de cognac par habitant est réputée pour être la plus élevée au monde. Selon une phrase célèbre du dirigeant chinois Deng Xiaoping "il est glorieux de devenir riche". Bien que le retour de leur territoire à la Chine ne date que de 10 ans, les habitants de Hong Kong ont parfaitement assimilé le message. L'étalage de signes extérieurs de richesse permet de gagner l'approbation de la communauté.

"C'est un amalgame de conformisme et de consommation ostentatoire" déclare Gerard P. Prendergast, professeur de marketing à l'université baptiste de Hong Kong et auteur de nombreuses études sur les attitudes des consommateurs et les campagnes de lutte anticontrefaçon. "C'est le désir d'être vu avec la marque qu'il faut, et la marque qu'il faut, c'est celle qu'ont les autres."

Les habitants de Hong Kong tirent aussi fierté de leur sens des affaires, de sorte que l'attrait du prix ne les laisse pas plus indifférents qu'un autre. Ce qui les différencie, c'est qu'ils ne veulent pas que cela se sache, non pas par crainte de la loi – puisqu'aussi bien, cette dernière ne sanctionne pas l'achat de contrefaçons par les particuliers – mais de peur de perdre la face.

"À Hong Kong, les gens montrent qu'ils ont réussi en achetant des Mercedes et des sacs Louis Vuitton... et si l'on découvre que vous avez bluffé, vous ne faites plus partie de ceux qui ont réussi" explique Doris Wong, directrice pour Hong Kong de la société d'études de marché Synovate.

Le problème ne se situe pas au niveau de la sensibilisation. Des sondages d'opinion publique effectués par le Département de la propriété intellectuelle du Gouvernement de la Région administrative spéciale de Honk Kong ont en effet montré que 95% de la population pense que la protection des droits de propriété intellectuelle est nécessaire. Pourtant, près d'une personne sur deux achète, au moins occasionnellement, des produits piratés ou contrefaits.

Il est révélateur que près des trois quarts des contrefaçons ainsi achetées soient des CD, des DVD et des logiciels – autrement dit, des choses que personne ne voit. Seulement 12% des personnes interrogées ont dit acheter des vêtements et des accessoires, et moins de 1%, une fausse montre.

Selon Ben Houston, directeur adjoint des marques au club de football britannique Manchester United, la demande de contrefaçons est moins forte dans les économies plus développées d'Asie. Sur une valeur de plus de 500 000€ (USD1



Avec l'amable autorisation du Département des douanes et taxes de Hong Kong.

Police de la mode. Des agents des douanes de Hong Kong à la recherche de marques contrefaites.

million), seulement 4% des contrefaçons de chandails et autres articles ManU saisies l'été dernier au cours de la tournée asiatique de l'équipe provenaient de Hong Kong.

"À Hong Kong, le fait de posséder quelque chose d'authentique, qui vient du club lui-même, confère un certain prestige, explique-t-il. Comme ils sont à des milliers de kilomètres de nous, ça permet aux supporters d'avoir quelque chose qui les rapproche du club qu'ils appuient, et pour eux, le club, c'est extrêmement sérieux."

Des messages sur mesure

Les campagnes de lutte anti-contrefaçon élaborées à Hong Kong prennent en compte l'importance de la notion de prestige social. "Les achats de vêtements et d'accessoires que font les gens sont influencés par leur entourage; on peut donc avoir avantage à utiliser cela dans l'autre sens, dit Stephen Selby, directeur de la propriété intellectuelle à Hong Kong. Nous leur disons: 'Vos vêtements parlent de vous'; s'ils ne sont pas authentiques, vous n'êtes pas une personne authentique."

La place de la famille dans la culture chinoise est utilisée, elle aussi. "Les gens sont prêts à adopter beaucoup de choses si elles sont bonnes pour leurs enfants, explique M. Selby. Nous leur disons que Hong Kong est un lieu créatif, et que leurs enfants pourraient avoir un avenir dans une industrie de création. Nous pourrions aussi ajouter: 'les gens qui profitent du commerce des contrefaçons pourraient utiliser cet argent pour vendre de la drogue à vos enfants'".

En Italie, dit Silvio Paschi, les messages qui ont pour but de faire peur ou de faire honte sont sans effet. Au lieu de cela, "ils mettent l'accent sur l'éducation du public, en disant: 'vous êtes en train de détruire l'économie de l'Italie et d'encourager la criminalité'."

Les consommateurs ont beaucoup plus besoin de la carotte que du bâton pour changer d'avis, pense M. Paschi. "Vous pouvez leur faire écouter et répéter le slogan, mais au bout du compte, soit vous leur faites peur, soit vous les éduquez. Les gens ne savent pas vraiment comment fonctionne l'économie; il est tout à fait possible de les éduquer, mais c'est un très long exercice."

SANCTIONNER LE PROPRIÉTAIRE

Une nouvelle arme pour combattre la contrefaçon en Chine

Plusieurs décisions rendues au cours des deux dernières années par les tribunaux de Beijing et saluées par la Cour suprême du peuple comme étant parmi les 10 décisions phares de 2006 en matière de propriété intellectuelle démontrent de la part de la Chine une volonté d'adopter des stratégies nouvelles pour faire face aux problèmes de la contrefaçon dans le commerce de détail et de gros. Engagée par de grands noms de la mode, les procédures en question ont confirmé le droit des titulaires de marque d'agir devant les tribunaux civils et administratifs à l'encontre des propriétaires des locaux loués, dans les marchés de rues, à des commerçants connus pour vendre des contrefaçons. Dans cet article écrit pour le Magazine de l'OMPI, M. **JOSEPH SIMONE**, associé du cabinet Baker & McKenzie, qui conseillait les maisons de mode en question, explique les décisions rendues et donne un aperçu de leurs prolongements.



Photo: OMPI/EM
Chaque jour, les touristes à la recherche de bonnes affaires affluent au Marché de la soie de Beijing.

L'insuffisance des mesures normalement utilisées pour combattre et décourager la contrefaçon sur les marchés chinois constitue depuis de nombreuses années une préoccupation pour les titulaires de marques de l'industrie de la mode et du vêtement. Un groupe de titulaires de marques de luxe a adopté, en étroite collaboration avec les autorités chinoises, de nouvelles stratégies visant à encourager les propriétaires à devenir des partenaires de la lutte anti-contrefaçon sous peine de se voir poursuivre au civil pour responsabilité accessoire par fourniture de moyens.

Procédures

La législation chinoise sur les marques – comme d'ailleurs celle de tous les autres pays – ne précise pas les conditions dans lesquelles la responsabilité accessoire des propriétaires peut être engagée. C'est donc aux tribunaux qu'il appartient de le faire.

Une première série d'actions a été engagée en Chine en septembre 2005 par les titulaires des marques Chanel, Burberry, Gucci, Louis Vuitton et Prada, à l'encontre du propriétaire du marché Xiushui – également connu sous le nom de "Marché de la soie" – et de cinq marchands chez chacun desquels des contrôles avaient permis de

constater au moins à deux reprises qu'ils commercialisaient les marques en question. Les plaignants avaient précédemment adressé au propriétaire des lettres le mettant en demeure de les aider à mettre fin aux atteintes portées à leurs droits. Il avait fait la sourde oreille.

Les décisions prononcées dans ces affaires par le Tribunal populaire intermédiaire n° 2 de Beijing confirmèrent que le propriétaire auquel ont été notifiés des actes illicites de certains de ses locataires est tenu de prendre sans délai des mesures efficaces pour y mettre fin. Le propriétaire et les marchands furent également déclarés conjointement et solidairement responsables du paiement d'une somme d'environ 2500 dollars É.-U. pour réparation de préjudice et frais de justice.

Le propriétaire fit appel, mais ses recours furent rejetés par des arrêts définitifs rendus en avril 2006 par le Tribunal populaire supérieur de Beijing. En avril 2007, la Cour suprême du peuple a reconnu cette affaire comme étant parmi les 10 plus importantes jugées en Chine en matière de propriété intellectuelle au cours de l'année précédente.¹

Parallèlement à ces actions civiles, l'Administration pour l'industrie et le commerce (AIC) de la municipalité de Beijing avait, elle aussi, entrepris d'encourager les administrations locales à imposer des amendes aux propriétaires. La première décision dans ce sens fut rendue en mars 2005 dans le district de Xicheng, suivie d'un certain nombre d'autres, contre différents marchés. Le Marché de la soie se vit lui-même infliger une amende en avril 2006 par l'AIC du district de Chaoyang. Après deux recours de la part du propriétaire, l'amende de l'AIC fut confirmée en décembre 2006 par une décision définitive du Tribunal intermédiaire n° 2 de Beijing.

L'AIC du district de Chaoyang s'est en outre appuyée sur ces décisions pour édicter, au début de l'année 2006, une réglementation sur l'utilisation des marques dans les marchés locaux clarifiant les responsabilités des propriétaires

1. www.court.gov.cn/news/bulletin/release/200704260020.htm (en chinois seulement)

en matière de contrôle de la contrefaçon. En vertu des règles de Chaoyang, les propriétaires sont expressément tenus de vérifier les marques utilisées par les revendeurs, et ces derniers doivent pouvoir présenter une autorisation d'utilisation des titulaires des marques qu'il proposent ou de leur distributeur ou, à défaut, un registre indiquant la provenance de leurs divers produits.

Dialogue

Les titulaires de marques de luxe et les associations d'industriels de la mode, de la bijouterie, de la chaussure et du vêtement avaient engagé dès 2004 des discussions avec le gouvernement municipal de Beijing concernant la mise en place de mesures pour combattre le problème de la contrefaçon. Ce dialogue a mené à plusieurs initiatives de l'AIC de Beijing en 2004 et 2005.

En premier lieu, les marchands et les propriétaires de tous les grands marchés d'articles de mode de la ville ont reçu des avis énumérant 48 marques dont il leur était désormais interdit de vendre des contrefaçons. L'AIC a également annoncé une importante augmentation des amendes infligées aux marchands récidivistes. Ces mesures ont eu pour effet de pousser les propriétaires de plusieurs marchés, et notamment du Marché de la soie, à exercer un contrôle actif sur les ventes de copies et à faire preuve d'une plus grande sévérité envers les contrevenants. Les baux de centaines d'étals dans lesquels étaient vendues des contrefaçons des 48 marques protégées ont ainsi été suspendus ou résiliés.

Ces résultats ont encouragé les cinq titulaires de marques déjà cités à former une coalition avec 23 autres grands noms du vêtement, afin de se donner les moyens de faire respecter leurs droits dans de meilleures conditions d'efficacité et d'économie. Le bureau du maire de Beijing a engagé cette coalition à coopérer avec le Bureau de la propriété intellectuelle de Beijing afin d'aider le gouvernement à mieux cibler les marchés à surveiller.

Les propriétaires comme partenaires

La coalition des titulaires de marques s'est surtout efforcée d'établir une relation de coopération avec les propriétaires en ce qui concerne la surveillance des marchés. L'instrument essentiel proposé à cet égard est une "règle des deux infractions", en vertu de laquelle les baux autoriseraient expressément les propriétaires à suspendre les activités d'un commerce dès une première infraction, et à résilier le bail à la seconde.

En juin 2006, les propriétaires de trois marchés de Beijing, dont le Marché de la soie et le marché Hongqiao, ont accepté d'adopter la règle des deux infractions, de donner suite rapidement aux informations communiquées par les titulaires de droits de propriété intellectuelle et d'exercer une surveillance active des contrefacteurs sur leurs mar-



La "règle des deux infractions", qui permet aux propriétaires de résilier les baux des marchands récidivistes, a donné de bons résultats au Marchés aux perles de Hongqiao.



L'arrêt contre le propriétaire du Marché de la soie (voir ci-dessus) a été salué par la Cour suprême du peuple comme étant l'un des plus importants rendus en Chine en matière de propriété intellectuelle en 2006.

chés. Les résultats ont été relativement positifs en ce qui concerne le marché Hongqiao. Pour ce qui est du Marché de la soie, toutefois, une étude effectuée en février 2007 par l'industrie la mode a révélé que les deux tiers des commerces continuaient de vendre des articles portant atteinte à 130 marques notoires.

Poursuites pénales

La coalition a commencé à étendre son action aux villes de Shanghai, Shenzhen et Guangzhou, et a obtenu quelques résultats jusqu'à présent. L'expérience du Marché de la soie démontre cependant que l'effet dissuasif des procédures civiles et administratives reste limité en l'absence de mesures pénales et des ressources policières nécessaires pour les faire appliquer.

Outre que les dispositions législatives actuelles ne facilitent pas l'utilisation de moyens pénaux à l'encontre des petits marchands de contrefaçons – les plus rusés –, poursuivre les propriétaires au pénal présente des difficultés encore plus grandes. Certains spécialistes font valoir qu'une action pénale ne peut se justifier qu'en présence de preuves d'un appui actif et concerté du propriétaire au commerce de contrefaçons auquel se livre son locataire. Faire une telle démonstration à la satisfaction du ministère public et des juges nécessiterait toutefois des éléments qui peuvent être recueillis plus aisément par des services de police locaux que par les détectives privés des titulaires de marques.

Au-delà de ces difficultés, il est clair que les gouvernements, tant au niveau national que local, sont résolus à trouver, à terme, une solution aux problèmes posés par la contrefaçon. Dans l'intervalle, les titulaires de droits, encouragés par les progrès réalisés, poursuivent leur collaboration constructive avec les autorités et les propriétaires afin de tirer parti de l'impulsion positive générée au cours des dernières années.

RÉSEAUX DE RECHERCHE ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE EN **AFRIQUE**

En septembre 2004, l'OMPI annonçait le lancement, dans six pays de la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC) ainsi qu'en Colombie, d'un projet interdisciplinaire innovant dont le but était d'élaborer un modèle durable pour aider les instituts de recherche en matière de santé des pays en développement à protéger et à commercialiser les résultats de leurs travaux. Trois ans plus tard, le journaliste scientifique rwandais **AIMABLE TWAHIRWA**¹ s'est entretenu avec certains des scientifiques chargés de coordonner le projet au Cameroun et au Gabon. Il a préparé pour le Magazine de l'OMPI le compte rendu qui suit.

"L'initiative a été prise lorsque l'on a constaté que les instituts de recherche de la plupart des pays subsahariens ne tenaient pas – ou peu – compte de la propriété intellectuelle dans leur processus de recherche scientifique, explique M. Alphonse Emadak, chef du département de chimie inorganique de l'université de Yaoundé, au Cameroun.

Il en résultait, poursuit M. Emadak, que les chercheurs des pays en développement ne "contrôlaient" pas les résultats de leurs travaux et ne pouvaient pas bénéficier des avantages découlant de leur exploitation commerciale. Des découvertes de grande qualité étaient ainsi rapidement récupérées par des pays développés après avoir été faites par des instituts de recherche africains qui n'en recueillaient pratiquement aucune retombée et aucun revenu.

Pour survivre, les établissements de recherche devaient s'adapter à un environnement nouveau, se caractérisant, selon M. Emadak, par une libéralisation à l'échelon national et une mondialisation au stade international.

Réseaux et services communs

Financé par le Réseau universitaire international de Genève (RUIG) et d'autres organismes, le projet de l'OMPI a mis au point un modèle pour s'attaquer au manque de capacités en matière de propriété intellectuelle de ces pays. Ce dernier consistait à créer des réseaux d'institutions de recherche-développement s'appuyant sur des services communs de propriété intellectuelle, de manière à réduire les coûts grâce aux économies d'échelle réalisées.

Dans le cadre de ce projet, un groupe de 22 institutions de recherche du Cameroun, de Guinée équatoriale, du Gabon, de République démocratique du Congo et du Tchad ont établi un ensemble de politiques communes leur permettant de partager des services de propriété intellectuelle et de constituer un réseau de recherche-développement. Un projet parallèle a également été lancé en Colombie, en Amérique latine.

"Grâce à ce réseau de recherche-développement, les institutions d'Afrique centrale qui participent à cette initiative disposent désormais des ressources nécessaires au traite-

ment des demandes de brevet et à la commercialisation de leurs résultats de recherche" a déclaré M. Emadak.

Le projet s'est articulé en quatre grandes phases. Une analyse de la situation et des besoins des institutions participantes a tout d'abord été réalisée. Dans un second temps, l'OMPI a mis au point puis dispensé à des employés clés des organismes concernés une formation en matière de rédaction de brevets, de transfert de technologie et concession de licences et de gestion et commercialisation de la recherche en santé. La troisième phase a vu les premiers pas des réseaux et des services communs de propriété intellectuelle, et la quatrième sera celle de l'évaluation du projet et de l'élaboration d'une stratégie pour assurer sa continuité.

Le processus ne s'est toutefois pas toujours déroulé sans peine. M. Mesmin Ndong Biyo'o, chercheur au laboratoire des organismes génétiquement modifiés de l'Institut de Recherche Agronomique et Forestière (IRAF – CENAREST) de Libreville (Gabon), est l'un des trois "agents" du service commun de propriété intellectuelle, avec M. Emadak. Il raconte qu'il n'a pas été facile, au cours des 10 mois qui se sont écoulés depuis que le service est en place, de convaincre les autres chercheurs des pays d'Afrique centrale de l'importance de l'enjeu que constitue la protection des résultats de leurs recherches. Un grand nombre d'entre eux n'avaient aucune notion de propriété intellectuelle lorsque le projet a été lancé, et pour la plupart, le succès se mesurait non pas en brevets, mais au nombre de communications scientifiques publiées. Grâce au projet, explique M. Biyo'o, ils apprennent désormais qu'ils ont intérêt à protéger leurs résultats de recherche avant de les publier.

En dépit de ces difficultés, le SECOVIPI (Service commun virtuel en propriété intellectuelle) fonctionne maintenant depuis le mois de janvier. Il propose notamment des conseils en matière de brevetabilité des résultats de recherche, de rédaction et de dépôt des demandes de brevet, de négociation d'accords de licence et d'utilisation de la propriété intellectuelle aux fins de la commercialisation des résultats de recherche dans le domaine de la santé. La gamme complète des services envisagés par l'OMPI comprend également la promotion des partenariats public-privé, la commercialisation du réseau de

1. Aimable Twahirwa participe également au programme de mentorat de la Fédération internationale des journalistes scientifiques (WFSJ).

Photo: Dr. Messmin Ndong Biyo'o



Mme Lengome, de l'Institut de Pharmacopée et Médecine Traditionnelle, dont les travaux ont mené au dépôt d'un premier brevet par l'intermédiaire du service commun de propriété intellectuelle au Gabon.

recherche-développement et de ses actifs de propriété intellectuelle et la négociation de financements.

Gabon: premiers dépôts de brevets

Les résultats commencent à se manifester. En juillet de cette année, au Gabon, l'Institut de Pharmacopée et Médecine Traditionnelle (IPHAMETRA) a fait appel au service commun de propriété intellectuelle pour déposer des demandes de brevet pour plusieurs extraits et composés anticancéreux dérivés de l'oignon, du poivre et de la tomate. D'autres instituts de la région prévoient déposer quatre autres brevets dans un proche avenir.

Au Cameroun, par exemple, les chercheurs procèdent actuellement à des essais sur un onguent à base d'extraits de l'écorce d'une plante locale connue dans la médecine traditionnelle camerounaise pour son action cicatrisante très rapide sur les brûlures. Ils travaillent également

sur un produit qui pourra être utilisé comme antiseptique externe en dermatologie ou en usage interne pour guérir les blessures de l'estomac.

M. Biyo'o est convaincu que cette initiative permettra aux instituts de recherche d'Afrique de progresser. "La seule manière de garantir une véritable contribution de ce secteur au développement des États africains, dit-il, est [d'ajouter] aux produits de la recherche la valeur que leur confèrent les droits de propriété intellectuelle".

C'est également l'avis de M. Emadak: "Il est encourageant de voir que les chercheurs des institutions du Cameroun et d'autres pays en développement ont la possibilité de protéger, de contrôler et d'exploiter les résultats de leurs recherches grâce au système de la propriété intellectuelle".

Il reste beaucoup à faire. Comme le fait remarquer M. Emadak, le service commun de propriété intellectuelle ne fonctionne pas encore pleinement dans toute la région de la CEMAC, notamment en ce qui concerne les licences et la commercialisation. "Nous espérons que cela pourra se faire si le projet se poursuit" ajoute-t-il.

D'ici là, les besoins resteront criants. Malaria, tuberculose, maladie du sommeil, drépanocytose, ebola et autres maladies tropicales continuent d'affecter par millions les habitants des pays en développement. Les traitements abordables fondés sur les recherches des institutions de ces pays ne sont pas suffisamment accessibles aux personnes qui en ont besoin. Gestion des recherches en santé, commercialisation, économie, législation et politique doivent être regroupées pour que des modèles réalistes puissent fonctionner durablement.

Le défi posé par l'appropriation et l'exploitation des résultats de recherche

Ce défi est dû à trois facteurs étroitement liés:

- les institutions de recherche-développement des pays en développement ne possèdent souvent ni les connaissances ni les ressources ou l'accès aux services professionnels qui leur seraient nécessaires pour protéger les résultats de leurs travaux de recherche par le système de la propriété intellectuelle ou pour exploiter les actifs économiques qu'ils constituent;
- ces institutions n'ont pas non plus de politique de propriété intellectuelle pour faire face à des questions telles que la propriété des résultats de recherche, les partenariats public-privé, les clauses de propriété intellectuelle relatives aux projets de recherche sponsorisée, la divulgation des inventions et les primes économiques destinées à encourager les chercheurs;
- le sous-investissement dans la recherche-développement compromet le niveau des résultats de la recherche en santé, d'où la difficulté d'attirer et de retenir les scientifiques les plus talentueux.

Il en résulte que les institutions de recherche en santé exploitent mal les résultats de leurs travaux, que les investissements consentis en matière de recherche-développement ne sont que faiblement rentables et que les gouvernements risquent de ne plus s'intéresser à investir dans des activités de recherche qui permettraient pourtant de résoudre des problèmes de santé urgents.

Il serait faux de laisser entendre aux universités que les revenus générés par leurs droits de propriété intellectuelle peuvent suffire à financer durablement leurs programmes de recherche ou remplacer adéquatement un financement public. Cela étant, le modèle OMPI-RUIG de réseaux et de services communs de propriété intellectuelle s'attaque directement à plusieurs des éléments essentiels du défi posé par l'appropriation et d'exploitation des résultats de recherche. Il permet aux institutions de recherche des pays en développement de mieux profiter de l'environnement mondial et d'établir avec celles des pays industrialisés des cadres juridiques équitables.

Depuis le lancement du projet de l'OMPI, plus de 1600 scientifiques et dirigeants d'universités ont assisté à des ateliers d'introduction à la propriété intellectuelle, plus de 130 scientifiques, juristes et dirigeants d'instituts de recherche ont reçu une formation pratique en propriété intellectuelle, trois demandes de brevets ont été déposées et six autres sont en cours de rédaction. L'OMPI publiera d'ici peu une étude d'évaluation complète sur le projet.

LAURÉATS DU PRIX DE L'OMPI

Le Programme d'attribution de prix de l'OMPI continue à prendre de l'ampleur et à mettre en valeur des groupes particuliers d'inventeurs et de créateurs tels que les jeunes, les femmes et les handicapés, afin de démontrer l'absence de toute exclusive dans le domaine de l'innovation et de la créativité. L'importante couverture médiatique dont bénéficient souvent les cérémonies de remise de prix contribue à faire connaître les innovateurs et à les promouvoir. Le Magazine de l'OMPI saisit ici l'occasion de souligner quelques-unes de ces manifestations, qui ont eu lieu aux mois de septembre et octobre.

ARGENTINE



Alex, 13 ans, nommé Meilleur inventeur d'Argentine pour 2007.

En septembre dernier, le prix de la Fondation Biro du Meilleur inventeur d'Argentine pour 2007 a été décerné à Alex Pacagnini, un garçon de 13 ans. "Malgré son jeune âge, il a déjà une excellente feuille de route et il est très prolifique" ont déclaré les juges. Parmi les nombreuses inventions d'Alex, un chauffage de poche, un contenant permettant d'étaler de la mayonnaise et de la moutarde sur les hamburgers, une génératrice de gaz organique et des améliorations pour les oscilloscopes servant à mesurer les variations de tension sur les écrans à tube cathodique. Le jeune garçon a également reçu une Médaille d'or du meilleur jeune inventeur de l'année de l'OMPI. Il s'est inscrit au Forum des inventeurs voici cinq ans, alors qu'il n'avait que huit ans.

Le troisième Concours national de l'innovation INNOVAR, qui s'est tenu en octobre à Buenos Aires, a attiré des centaines de participants dans les quatre catégories proposées: produits innovants, dessin industriel, recherche appliquée et innovation agricole. Une médaille de l'OMPI pour le meilleur projet d'ensemble a été décernée à MM. Gabriel Bilmes et Oscar Eduardo Martínez, coinventeurs d'un dispositif laser capable de mesurer la propreté de n'importe quelle surface.

On trouvera ci-après la liste des gagnants de prix de l'OMPI des mois de juillet à octobre 2007, dans la mesure où leurs noms avaient été communiqués à l'OMPI à la mise sous presse du présent numéro. Nous félicitons tous les gagnants et leur souhaitons beaucoup de succès.

AZERBAÏDJAN

En collaboration avec la Fondation Heydar Aliyev et le Ministère du travail et de la protection sociale de la population de l'Azerbaïdjan, l'OMPI a rendu hommage à la

créativité et à l'esprit d'innovation de 15 inventeurs, innovateurs et artistes handicapés au cours d'une cérémonie exceptionnelle qui s'est tenue au mois d'octobre à Bakou (Azerbaïdjan). L'accent a été mis en particulier sur le fait que la propriété intellectuelle constitue un actif d'importance nationale et que tous les membres de la société doivent bénéficier des mêmes droits et des mêmes facilités pour contribuer au développement inventif, technologique et créatif de leur pays et voir leur contribution reconnue. En saluant les réalisations de ces scientifiques et artistes handicapés, qui se situaient dans des domaines aussi variés que la poésie, la gravure et la géophysique, l'OMPI espère favoriser la reconnaissance des inventeurs, innovateurs et artistes du monde entier, handicapés ou non, sans distinction d'âge, de sexe ou de nationalité.



Des Prix de l'OMPI ont été décernés à 15 inventeurs et artistes handicapés, dans des domaines allant de la poésie à la géophysique.

VIET NAM

Le Troisième concours national de créativité de la jeunesse, qui s'est tenu en septembre au Viet Nam, a attiré un bon millier de jeunes inventeurs foisonnant d'idées. Cette manifestation, qui a pour but de promouvoir et d'encourager les inventeurs de demain, était diffusée en direct à la télévision nationale ainsi qu'à l'étranger. Le concours bénéficie du soutien actif du Gouvernement du Viet Nam dont de nombreux ministres ont participé à l'événement, de même que le vice-président du pays. L'OMPI a eu le plaisir d'y prendre part en décernant à trois lauréats la Médaille d'or du meilleur jeune inventeur. ■



Lauréats du Concours national de créativité de la jeunesse, au Viet Nam.

Médaille d'or de l'OMPI pour les inventeurs

ARGENTINE

Journée de l'inventeur (Escuela Argentina de Inventores, EAI)

■ Alex Pacagnini

Troisième édition du *Concurso Innovar*, (Ministère de l'éducation, des sciences et de la technologie)

■ MM. Gabriel Bilmes et Óscar Eduardo Martínez, coinventeurs d'un dispositif laser pouvant mesurer la propreté de n'importe quelle surface.

AZERBAÏDJAN

Manifestation spéciale pour les inventeurs handicapés (Institut pour le soutien des chercheurs, inventeurs et innovateurs iraniens).

■ M. Asadzadeh Azad Ibrahimadjar, pour ses améliorations de l'efficacité de l'exploitation des champs pétrolifères et gazifères.

■ M. Huseynov Oqtay Jamal, pour ses réalisations exceptionnelles dans les domaines de l'exploration pétrolière, de la prévision sismique et des méthodes géophysiques.

■ M. Rzayev Salman Qadim, pour ses réalisations exceptionnelles dans les domaines de la physique et des mathématiques.

CORÉE (RÉP. DE)

Exposition des inventions des étudiants coréens (Office coréen de la propriété intellectuelle)

■ Mme Kwon Ye-seul, pour son filtre à sable.

INDE

Meilleure invention de 2006 (National Research and Development Corporation)

■ M. R. P. Verma et ses collaborateurs, pour leur procédé technologique innovant d'extraction du sulfure d'hydrogène et des mercaptans du GPL au moyen d'un contacteur à film continu (CFC).

ROUMANIE

Inventika 2007 (Ministère de l'éducation, de la recherche et de la jeunesse)

■ M. Vergil Gângu, pour une récolteuse de fourrage tractée.

UKRAINE

Journée des inventeurs et des innovateurs organisée par le Département d'État pour la propriété intellectuelle

■ Mmes Lyudmyla Ladygyna et Ganna Pirkova, Meilleures inventrices, co-auteurs de la Méthode de culture de l'huître géante *Crassostrea gigas* dans la Mer Noire.

■ M. Andriy Khodurs' kyy, Meilleur jeune inventeur, pour son concept de "Phare auxiliaire latéral".

VIET NAM

Troisième concours national de la créativité des jeunes (Centre pour la promotion des inventions et innovations)

■ M. Giang Thien Phu, Meilleur jeune inventeur, pour son microscope construit à partir d'une webcam.

■ M. Truong Ngoc Dai, Meilleur jeune inventeur, pour son logiciel Safe Traffic E3s.

■ Ha Hoai Nam, Meilleur jeune inventeur, pour sa machine à fendre la cannelé.

Prix OMPI de la créativité

AZERBAÏDJAN

Manifestation spéciale pour les inventeurs handicapés

■ Mmes Emirova Aysel Alimirza et Salmanova Samire Ramiz et M. Quliyev Rustam Huseyn, chacun pour ses réalisations exceptionnelles en tant qu'artiste.

■ Mme Abilova Ganira Nuru, pour ses réalisations exceptionnelles dans les domaines de la tapisserie, du tissage à la main et de la couture.

■ MM. Aliyev Fariz Manaf et Cafarov Ilqar Vaqif, pour leurs réalisations exceptionnelles dans le domaine de la gravure sur bois.

■ Mme Efendiyeva Tinatin Efendi, pour ses réalisations exceptionnelles dans les domaines de la couture, de la gravure et de la poésie.

■ M. Habibov Etibar Qulam, pour ses réalisations exceptionnelles dans le domaine du modélisme naval.

■ Mme Nasirova Aybeniz Nasir, pour ses réalisations exceptionnelles dans les domaines du tissage et de la tapisserie.

■ Mme Samedova Ulduz Geray, pour ses réalisations exceptionnelles dans le domaine de la tapisserie.

■ Mme Tagiyeva Metanet Rafiq, pour ses réalisations exceptionnelles dans le domaine de la composition musicale.

■ M. Huseynov Nijat Zeki, pour ses réalisations exceptionnelles dans la réalisation de maquettes de maisons et d'immeubles.

NICARAGUA

■ M. Otto de la Rocha, pour son importante contribution en tant qu'auteur.

Trophée OMPI de l'entreprise innovante

UKRAINE

Journée des inventeurs et des innovateurs organisée par le Département d'État pour la propriété intellectuelle

■ Inmasters Ltd.

■ Arton Enterprise

On trouvera des renseignements plus détaillés sur le programme d'attribution de prix de l'OMPI à l'adresse: www.wipo.int/innovation/fr/wipo_awards/

Des exemplaires de la brochure gratuite *Programme d'attribution de prix de l'OMPI* (n° 923, disponible en français, anglais et espagnol), peuvent être obtenus sur demande adressée à Publications.Mail@wipo.int

FONDS FIDUCIAIRES –

La participation de deux grands donateurs

La précédente édition du Magazine de l'OMPI présentait quelques-uns des mécanismes qui permettent à l'Organisation de compléter les ressources consacrées aux projets d'assistance technique et de renforcement des capacités, et notamment la signature avec divers pays d'accords de contribution volontaire à des fonds fiduciaires. Le présent article fait le point sur la participation de deux importants pays donateurs, l'Italie et la France.

Nouvelles contributions de l'Italie

Les contributions effectuées par le Gouvernement italien dans le cadre d'un accord de fonds fiduciaires récemment conclu avec l'OMPI s'élèvent maintenant à 600 000 euros.

La dernière en date est une contribution de 300 000 Euros de la Direction générale pour la coopération au développement du Ministère des affaires étrangères, communiquée à l'OMPI en octobre. L'accord en question, signé en septembre par le directeur général de l'OMPI, M. Kamil Idris, et le vice-premier ministre et ministre des affaires étrangères M. Massimo D'Alema, formalise l'appui de longue date de l'Italie aux activités de l'OMPI en faveur du développement économique et fait de ce pays l'un des principaux contributeurs aux ressources extrabudgétaires de l'OMPI.

Le programme de fonds fiduciaires donne la priorité aux activités favorisant:

- la corrélation entre la propriété intellectuelle et le développement technologique;
- l'essor des industries de la création;
- l'utilisation de la propriété intellectuelle par les petites et moyennes entreprises;
- la protection des indications géographiques et des dessins et modèles industriels;

- la formation à la propriété intellectuelle;
- la lutte contre la contrefaçon et le piratage audiovisuel.

Bien que l'accord vise l'ensemble des pays en développement et en transition, il met plus particulièrement l'accent sur l'aide aux pays les moins avancés et aux pays de la région méditerranéenne.

Plus tôt dans l'année, une autre contribution de 300 000 euros avait été versée dans le cadre du même fonds fiduciaire pour aider à financer un programme de troisième cycle sur la propriété intellectuelle proposé conjointement par l'Académie mondiale de l'OMPI, l'Université de Turin et le Centre international de formation de l'Organisation internationale du Travail.

France – Doyenne des donateurs

L'Institut national de la propriété industrielle (INPI) a fait sa première contribution aux fonds fiduciaires de l'OMPI en 1980, ce qui fait de la France le plus ancien des pays donateurs de ce programme. Le montant de ses contributions volontaires est passé de 200 000 à 300 000 francs suisses par an.

L'INPI a une politique de coopération bilatérale active avec les pays en développement et en transition. Le fait que le budget consacré à cette dernière ait doublé entre 2004 et 2006 illustre bien le caractère prioritaire qu'elle revêt pour l'Institut. La collaboration avec l'OMPI dans le cadre du programme des fonds fiduciaires fait partie intégrante d'une politique plus large de l'INPI consistant à faire fond sur les synergies créées par les partenariats entre organismes visant les mêmes objectifs de développement.

L'OMPI et l'INPI établissent chaque année un plan d'action qui est soumis à l'approbation du directeur général

de l'INPI. Les deux organismes se fondent pour ce faire sur les propositions soumises par les différents bureaux régionaux de l'OMPI, en prenant également en compte les suggestions relatives à d'autres activités considérées comme susceptibles d'être financées par le fonds fiduciaire.

Grâce aux activités ainsi conduites, au cours des dernières années, par l'OMPI et financées par le fonds français, de nombreux pays en développement et émergents ont pu:

- bénéficier des compétences de spécialistes de haut niveau en matière de propriété intellectuelle;
- mettre en place des procédures plus efficaces;
- apporter des améliorations à leur législation, notamment en la rendant compatible avec l'accord sur les ADPIC;
- assurer la formation de leurs fonctionnaires en matière de propriété industrielle.

La France a par exemple été le premier pays à organiser des ateliers de formation à l'intention des agents des douanes des États membres de l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI) après la conclusion des accords de Marrakech. De la même façon, des magistrats d'Asie, d'Afrique, d'Amérique latine et d'Europe de l'Est ont bénéficié d'une formation en propriété intellectuelle dispensée par des magistrats français, ce qui leur a permis d'échanger avec ces derniers sur leurs expériences de la pratique du droit de la propriété intellectuelle et de parler de certains aspects difficiles, tels que les questions de réparation de préjudice.

L'INPI et l'OMPI ont l'intention de consacrer leur collaboration, sur la base de ces bons résultats, par un protocole d'accord qui doit être signé prochainement par M. Idris et le directeur général de l'INPI, M. Benoît Battistelli.

L'ACTUALITÉ EN BREF

Le Rwanda et le Canada, premiers à utiliser l'exception pour considérations de santé publique de l'Accord sur les ADPIC

Le Canada est devenu, en septembre dernier, le premier pays à faire usage de l'exception aux dispositions de l'Accord sur les ADPIC permettant l'octroi d'une licence obligatoire autorisant une entreprise à fabriquer une version générique d'un médicament breveté à des fins d'exportation. Le gouvernement canadien a en effet autorisé la société Apotex à exporter au Rwanda 260 000 doses d'Apo-Triavir – suffisamment pour traiter 21 000 patients atteints du virus du sida pendant une année.

Les dispositions de l'Accord sur les ADPIC permettent aux gouvernements d'accorder des licences obligatoires permettant la fabrication, principalement pour usage local, de versions génériques de médicaments brevetés. Toutefois, étant donné que de nombreux pays en développement ne sont pas équipés pour fabriquer eux-mêmes des produits génériques, les membres de l'OMC ont décidé, en août 2003, de créer la possibilité d'accorder des licences

obligatoires permettant d'y exporter des versions génériques de médicaments brevetés et autorisant, inversement, les pays incapables de les fabriquer, à importer de tels produits.

Le Canada a été le premier pays exportateur à transposer cette exception dans sa législation nationale, tout d'abord par une loi adoptée en 2004, puis en établissant le Régime canadien d'accès aux médicaments (RCAM), en 2005. Il aura toutefois fallu deux ans de plus, compte tenu des notifications requises et des négociations avec le titulaire du brevet, pour que soit délivrée cette première licence obligatoire.

Selon la société Apotex, le coût du médicament sera initialement de 0,405 dollars É.-U. la dose, contre 20 dollars É.-U. pour le produit breveté, et l'augmentation de la quantité de principe actif produite permettra de le réduire encore par la suite. ■

Nous vous présentons l'aimant à chats



Autorisation: USPTO

Et le gagnant... L'Office des brevets et des marques des États-Unis d'Amérique (USPTO) pour *L'aimant à chats*! Il doit y avoir erreur, dites-vous? Pas du tout. *L'aimant à chats*, un film humoristique ayant pour but d'encourager les jeunes à être inventifs et à protéger leurs inventions, a en effet remporté le prix Dove de la Semaine de la publicité qui s'est tenue dans le cadre de l'exposition ACT Responsable au mois de septembre à New York.

L'aimant à chats fait partie d'une campagne de publicité d'intérêt public lancée par l'USPTO en avril 2007 sur le thème *Inspirer l'invention*. Toutes les annonces qui la composent mettent en scène des idées ingénieuses de jeunes créateurs, réalisées à l'aide d'objets de la vie courante et proposant des solutions aux petites difficultés rencontrées au quotidien par les

enfants et les adolescents. *L'arrache-pansement*, par exemple, détourne l'attention du petit frère de l'inventrice pour qu'il ne ressente pas de douleur lorsque cette dernière retire un pansement de sa jambe.

Destiné à la télévision, ce film a été produit par l'USPTO, en collaboration avec la Fondation National Inventors Hall of Fame et le Conseil de la publicité. La campagne a été conçue par les agences Publicis et Hal Riney. Les campagnes de l'organisation ACT Responsable portent sur des questions à caractère social et environnemental. ■ Pour voir les annonces ci-dessus: www.prnewswire.com/mnr/adCouncil/27612/.

Les marques de forme du chocolatier Lindt

En Suisse, la Tribunal fédéral a statué au mois d'octobre que la forme des boules Lindor™ du chocolatier Lindt & Sprüngli AG n'est pas susceptible de protection en tant que marque tridimensionnelle. La cour a en effet décidé que les billes, balles et autres formes sphériques appartiennent au domai-



Photo: OMPI

ne public et ne peuvent donc pas bénéficier de la protection du droit des marques.

Lindt avait démontré aux juges que le public reconnaissait effectivement la forme et l'emballage de ses chocolats Lindor, mais ces derniers ont considéré que l'exigence



relative au caractère distinctif de la marque n'était pas remplie. Lindt avait eu plus de chances à cet égard dans une autre affaire jugée au mois de juin. Le tribunal avait en effet accepté l'enregistrement en tant que marque tridimensionnelle de son renne en chocolat.

La société Lindt avait obtenu gain de cause, l'an dernier, dans l'affaire l'op-

posant devant la Cour suprême fédérale d'Allemagne au chocolatier Hans Riegelein & Sohn GmbH & Co KG pour commercialisation d'un lapin de chocolat similaire au *Goldhase* (lapin doré) de Lindt. La protection des titulaires de marque tridimensionnelle a été renforcée par l'opinion de ce tribunal allemand selon laquelle "la forme et la couleur doivent être prises en considération dans l'appré-

ciation de la similitude des signes, les éléments qui renforcent le caractère distinctif ayant une incidence sur l'impression d'ensemble".

Selon le registre de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur, les marques tridimensionnelles sont les plus utilisées des marques non traditionnelles (formes, sons, couleurs). ■

Des idées craquantes

Photo: Gavin Fogg



Ellis Naylor, Emily Baker et Tom Morris, de l'école primaire East Allington, avec leur invention gagnante, le *Waker-Upper*.

C'est Nick Park, le créateur de la série d'animation *Wallace & Gromit*, qui a choisi comme gagnant du concours *Cracking Ideas 2007* le *Waker-Upper 3000*, conçu par des jeunes de 9 et 10

ans de l'école primaire East Allington, dans le comté de Devon (Royaume-Uni). Conçue pour empêcher les gens de s'endormir au cours d'une activité ennuyeuse – comme faire ses devoirs – l'invention comprend un maillot, des écouteurs, un jet d'eau et des ouvre-paupières. M. Park estime que le *Waker-Upper* devait gagner parce qu'il s'attaque à un problème auquel font face tous les enfants.

Au cours de la cérémonie de remise des prix du 20 novembre, les élèves de l'école East Allington se sont vus remettre un trophée original créé par Aardman Animations, le studio de M. Park, et chacun des six finalistes régionaux a reçu un ordinateur portable.

Cracking Ideas s'est donné pour mission de faire de l'innovation une partie intégrante du programme des écoles du pays grâce à des plans de cours, un concours national, des ressources didactiques et un site Web dédié (www.crackingideas.com). Wallace et Gromit sont les mascottes du projet. Les écoliers sont encouragés à suivre leurs traces en créant des inventions à partir d'objets de la vie courante. Cracking Ideas est un projet de l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni. ■

Source: UK Intellectual Property Office (www.ipo.gov.uk/press/)

Accord de Londres – Réduire les coûts de traduction pour les brevets européens

On estime couramment que les frais de traduction représentent de 20 à 40% du coût total d'obtention des brevets. Une bonne nouvelle attend toutefois les inventeurs, puisque les brevets européens délivrés deviendront nettement moins coûteux lorsque l'Accord de Londres entrera en vigueur, au cours du premier semestre 2008, suite à sa ratification, le 26 septembre, par l'Assemblée nationale française.

Un État contractant ayant une langue officielle en commun avec les langues officielles (anglais, français et allemand) de l'Office européen des brevets (OEB), par exemple l'Allemagne ou la Suisse, ne pourra alors plus exiger la traduction des brevets européens comme condition de validation sur son territoire. Les États contractants n'ayant aucune langue officielle en commun avec les langues officielles de l'OEB devront choisir l'une de ces dernières pour le dépôt des demandes de brevet européen auprès de leur office, en conservant toutefois la possibilité de demander une traduction des revendications dans leur langue nationale. ■

Atelier PME sur la propriété intellectuelle dans le secteur des franchises

Photo: OMPI



Au cours d'un atelier intensif qui s'est tenu à Singapour en septembre, 26 participants de 15 pays d'Asie et du Pacifique ont examiné les effets d'une exploitation efficace des droits de propriété intellectuelle sur la croissance du chiffre d'affaires et des bénéfices des franchises. Cet atelier, qui constituait une première pour l'OMPI, était organisé en collaboration avec l'Office de la propriété intellectuelle de Singapour (IPOS), et sa date avait été choisie de manière à coïncider avec celle de Franchising Asia 2007, une importante manifestation régionale se tenant également à Singapour.

Le franchisage est encore un modèle d'affaires relativement nouveau dans de nombreux pays d'Asie et du Pacifique. La grande diversité des lois et règlements qui s'y appliquent dans la région témoigne d'une absence de consensus et d'un besoin d'approche commune quant à l'élaboration d'un cadre juridique adéquat pour le régir. Les participants ont exposé la situation dans leurs pays respectifs ainsi que les difficultés et possibilités que doivent prendre en compte leurs autorités nationales pour convaincre leurs PME des avantages d'une utilisation efficace du système de la propriété intellectuelle dans le domaine des franchises. L'atelier a permis d'élaborer un plan d'action en cinq points pour améliorer le contexte du franchisage: élaboration d'un modèle juridique ou d'une loi type sur le franchisage, réalisation d'une étude sur le potentiel du franchisage dans la région, mise en place de pro-

grammes de renforcement des capacités afin de développer les connaissances et le savoir-faire en matière de franchisage, organisation au niveau national de salons du franchisage visant à mieux faire connaître le concept par les PME, et enfin mise en place d'institutions et d'infrastructures financières pour soutenir et faciliter le développement de franchises.

L'OMPI a établi, à la suite de cet atelier, un groupe de discussion en ligne afin de permettre aux participants, conférenciers et organisateurs de rester en contact et de continuer à partager opinions et informations. Les participants des activités portant sur ce sujet seront désormais invités à se joindre à ce groupe afin qu'il gagne graduellement en importance. L'atelier a également permis de produire un guide à l'intention des PME sur l'utilisation efficace la propriété intellectuelle dans le domaine des franchises. ■

Savoirs traditionnels et propriété intellectuelle à l'honneur au Yémen

Le Gouvernement du Yémen a accueilli à Sana'a, du 4 au 6 novembre, le Forum interrégional OMPI/ISESCO* sur la protection des ressources génétiques, des savoirs traditionnels et du folklore, auquel ont pris part des représentants de 35 pays africains, asiatiques, arabes et européens. Les quatre grands thèmes traités ont été l'élaboration de politiques, la législation, le renforcement des capacités et la documentation des savoirs traditionnels et des expressions culturelles traditionnelles. Ce forum a été pour l'Égypte, l'Inde, le Pérou, la Tunisie et le Yémen l'occasion d'échanger leurs expériences nationales et régionales.

M. Ali Mujawar, premier ministre du Yémen, a souligné que ce forum avait contribué au renforcement du dialogue en prenant en considération les dimensions nationale, islamique et internationale. "La culture est la chose la plus puissante et la plus importante qui ne succombe pas aux lois du marché, mais se répand, portée par les vents de la mondialisation" a-t-il déclaré. Le premier ministre a formulé l'espoir que cette rencontre puisse



Autorisation: Ministère de la culture du Yémen

conduire à une vision unie des pays arabes en ce qui concerne la protection des savoirs traditionnels et des expressions du folklore.

La route sera toutefois longue. Comme l'a fait remarquer M. Francis Gurry, directeur général adjoint de l'OMPI, "il ne s'agit pas d'une tâche

facile. Il y a plus de 10 ans que nous travaillons sur ces questions, à l'OMPI, et nous n'avons toujours pas réussi à trouver une solution rapide et satisfaisante pour la protection du patrimoine culturel."

Participaient notamment au forum des représentants de la Ligue des États arabes, du Conseil de coopération des États arabes du Golfe, du Centre islamique pour le commerce et le développement et du Centre de recherche pour l'histoire, l'art et la culture islamiques. Le forum a adopté un plan d'action et des recommandations encourageant les États membres de l'Organisation de la Conférence islamique à élaborer des stratégies cohérentes et établir des politiques nationales pertinentes.

*Organisation islamique pour l'éducation, les sciences et la culture

COURRIER DES LECTEURS

Marques de certification géographique : quelques erreurs de perception courantes

De Amy Cotton,
avocat conseil,
Bureau de la politique et
de l'application des droits
de propriété intellectuelle,
USPTO

En tant qu'avocat conseil à l'Office des brevets et des marques des États-Unis d'Amérique (USPTO), c'est avec intérêt que j'ai lu votre article sur les cafés d'Éthiopie et de Colombie (*Quand l'origine compte: Deux cafés... – Magazine de l'OMPI n° 4/2007*). J'y ai trouvé, de même que dans d'autres écrits de presse relatifs à l'initiative de l'Éthiopie en matière de café, un certain nombre d'erreurs importantes de perception du système américain des marques de certification – y compris de la part de nos propres parties prenantes. Je voudrais donc faire ici quelques mises au point sur des idées répandues, mais erronées :

■ *Il suffit de répondre aux normes pour avoir le droit d'utiliser la marque, de sorte que les marques de certification confèrent moins de contrôle sur les termes géographiques que les marques.*

Non. Il est exact que si un producteur répond aux normes, le titulaire de la marque de certification ne peut pas refuser de certifier ses produits. Cela permet à tous les producteurs de la région de bénéficier d'un système équitable. En revanche, ce n'est pas parce que vous croyez vos produits conformes aux normes édictées dans les certificats d'enregistrement sur le site Web de l'USPTO que vous avez automatiquement le droit d'utiliser la marque. Vous devrez vous soumettre tout d'abord à un processus de certification qui, selon la manière dont le titulaire l'aura conçu, pourra ressembler à ce qui se fait dans le cas d'une licence.

■ *L'obtention de la certification permet de déposer des marques complexes contenant la marque de certification enregistrée, vu que cela constitue un usage "fidèle".*

Non. Une fois enregistrées, ces marques de certification géographique deviennent des droits de propriété privée – elles ne sont plus simplement des termes descriptifs. Il est, par conséquent, du devoir du titulaire de la marque de certification de surveiller l'usage du terme par les personnes certifiées, de manière à préserver la capacité de la marque à désigner des produits répondant à certaines normes de qualité ou possédant d'autres caractéristiques. La politique de l'USPTO lui interdit d'approuver toute demande d'enregistrement de marque complexe contenant une marque de certification enregistrée en l'absence d'un consentement du titulaire de ladite marque de certification.

■ *Les marques de certification géographique ne protègent pas contre l'utilisation de termes tels que "mélange", "type" ou "style".*

Faux. Si elle est correctement contrôlée tout au long de la chaîne de distribution, une marque de certification géographique peut servir de fondement à une interdiction d'utiliser des variantes assorties des termes "mélange", "type" ou "style". Un tel usage par un concurrent sous-entend que ce dernier n'avait pas connaissance de l'existence d'un droit d'exclusivité sur la marque. Cela peut être dû a) au fait que la marque concernée contient d'autres éléments non géographiques, de sorte que l'on ne comprend pas immédiatement que le terme géographique est l'élément dominant de la marque et peut par conséquent servir à fonder une action en justice en cas d'utilisation non autorisée, b) à l'absence de procédure de certification et d'accords prévoyant les conditions exactes d'utilisation de la marque ou c) à la mauvaise foi. Dans les deux premiers cas, la solution peut consister à mieux communiquer avec les personnes certifiées et à exercer un contrôle plus étroit sur l'usage de la marque; dans le troisième, il faudra envoyer des mises en demeure, menacer de poursuivre et, au besoin, porter l'affaire devant les tribunaux.

■ *Les indications géographiques de style européen sont mieux que les marques de certification.*

Si vous entendez par "mieux" qu'elles confèrent une protection plus large contre toute évocation de la marque (et même, potentiellement, contre toute publicité comparative – ce qui pourrait aller à l'encontre de la jurisprudence relative au premier amendement de la constitution américaine) et que leur application est assurée par le gouvernement (aux frais du contribuable européen), alors oui, l'Europe offre effectivement cela. Cela dit, au bout de presque 15 ans, il y a peut-être trois indications géographiques étrangères qui sont protégées dans le système européen. Le contribuable européen a en effet peu de raisons de prendre à sa charge la protection face à leur exploitation par l'industrie européenne de droits de propriété privée appartenant à des étrangers. De plus, étant donné qu'il appartient aux États membres de faire respecter les droits, il est difficile de voir dans quelle mesure il serait efficace pour les titulaires étrangers d'indications géographiques de s'en remettre uniquement à des mesures d'application prise d'office, sans avoir à payer les frais de procédure civile. ■



Photo: Patricia Rincón; © FNC

Les flexibilités prévues par l'Accord sur les ADPIC n'ont pas encore permis de réaliser les objectifs de développement

J'ai trouvé très pertinent l'article *Flexibilité dans le système des brevets – Colloque de l'OMPI sur les brevets*, paru dans le Magazine de l'OMPI n° 2/2007, de même que celui du professeur Zorina Khan intitulé *Droits de propriété intellectuelle et développement économique* (Magazine de l'OMPI n° 3/2007). Je souscris aux conclusions du colloque quant à la nécessité de trouver le bon équilibre entre la protection des droits de propriété intellectuelle des titulaires et l'adoption de politiques d'intérêt public conçues dans le but d'assurer le développement des sociétés. Je considère cependant que le "mariage de raison" qui aurait dû résulter de l'Accord sur les ADPIC ne s'est pas entièrement réalisé, dans la mesure où les objectifs de promotion du bien-être social et de transfert de technologie dans les pays en développement qui y sont exprimés (articles 7 et 8) n'ont pas répondu aux attentes. Les demandes formulées par le Groupe des Amis du développement dans le cadre du Plan d'action de l'OMPI pour le développement en témoignent. Il est vrai que les économies de certains pays en développement, comme ceux qui sont cités dans l'article, ont "connu une croissance vigoureuse", mais il est tout aussi vrai que croissance du PIB et développement ne sont pas synonymes. Il convient de mentionner aussi les accords de libre-échange signés par les États-Unis d'Amérique avec divers pays – ou les accords de protection des investissements – qui prévoient des normes de protection différentes de celles établies par l'Accord sur les ADPIC et limitent les flexibilités envisagées par ce dernier.

De Orbel Machado González,
Juriste,
Office de la propriété industrielle,
Cuba

Comme le dit le professeur Khan, "ceux qui ont élaboré la première politique américaine en matière de brevets étaient convaincus que les individus réagissaient à des mesures incitatives". S'il est incitatif pour les titulaires de droits de brevet d'obtenir, en échange de la divulgation de leur savoir, des droits exclusifs donnant accès à des avantages économiques, la perspective d'un plus grand développement de la société à l'échelle mondiale devrait l'être tout autant pour les États. ■

Mesurer l'innovation intérieure brute

Je suis d'une manière assidue les initiatives de l'OMPI et du Magazine de l'OMPI en faveur de la créativité et de l'innovation. La capacité de création de l'être humain se manifeste depuis des temps immémoriaux. Elle a permis des révolutions industrielles majeures d'où est issue la société moderne avec ses nombreuses commodités. La mondialisation et l'explosion du nombre des travailleurs du savoir dans certains pays en développement font que l'innovation est aujourd'hui encore plus importante pour les pays industrialisés. Une nouvelle économie globale est née, avec un village de travailleurs prêts à servir les besoins technologiques des pays riches. De plus en plus d'économies émergentes seront bientôt initiées à la technologie, une nouvelle réalité à laquelle les pays développés devront s'adapter en innovant encore plus.

Dans ce contexte, un nouveau baromètre économique est nécessaire pour mesurer la créativité. Je propose une grandeur que l'on nommerait *Innovation intérieure brute* (IIB)¹ et qui serait fondée sur le nombre total d'innovations générées par un pays au cours d'une période donnée. L'IIB d'un pays mesurerait les innovations dans tous les domaines de l'activité humaine, c'est-à-dire non seulement les découvertes scientifiques, mais aussi, par exemple, les produits financiers ingénieux ou toute nouvelle idée permettant de faire croître le revenu national et l'emploi. Les données nécessaires au calcul de l'IIB pourraient être compilées à partir des dépôts de brevets, des enregistrements de droits de propriété intellectuelle en général et des publications. L'IIB collectif devrait permettre de mesurer les innovations issues de dif-

férents secteurs et de différentes entités telles que les entreprises ou les universités, dont la contribution à l'industrie et au mieux-être de l'humanité est essentielle. Le calcul de la corrélation entre l'IIB et les mesures économiques traditionnelles telles que le PIB serait utile pour lutter contre l'inflation, accroître la conscience écologique des économies développées et encourager les entreprises à innover afin d'augmenter leur valeur intrinsèque.

Del Dr. Balkrishna Rao,
Chercheur,
School of Industrial Engineering,
Purdue University,
West Lafayette, Indiana, É.-U.

1. *Economic Recognition of Innovation*,
Balkrishna Rao (<http://mpr.ub.uni-muenchen.de/2781/>)

Les lettres des lecteurs sur des sujets abordés dans les articles du Magazine de l'OMPI et sur d'autres questions d'actualité dans le domaine de la propriété intellectuelle sont les bienvenues. Elles doivent porter la mention "Pour publication dans le Magazine de l'OMPI" et être adressées au rédacteur en chef, soit à l'adresse électronique WipoMagazine@wipo.int, soit par télécopieur ou par courrier postal aux coordonnées figurant au dos du magazine. Les lecteurs sont priés d'indiquer leur adresse postale. Nous sommes au regret de ne pas pouvoir publier toutes les lettres reçues. Le rédacteur en chef se réserve le droit de modifier ou d'abréger les lettres, ou de n'en publier que des extraits. L'auteur sera consulté si des modifications importantes sont nécessaires.

Calendrier des réunions

26 – 30 NOVEMBRE ■ GENÈVE

■ *Groupe de travail préparatoire du Comité d'experts de l'Union de Nice pour la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques (vingt-sixième session)*

Le groupe de travail préparatoire examinera les propositions de changements à apporter à la neuvième édition de la classification de Nice et formulera des recommandations à cet égard, ces propositions étant ensuite soumises au Comité d'experts de l'Union de Nice à sa vingt et unième session pour adoption.

Invitations: en qualité de membres, les États membres du Groupe de travail préparatoire du Comité d'experts de l'Union de Nice; en qualité d'observateurs, les États membres de l'Union de Paris qui ne sont pas membres du groupe de travail préparatoire et certaines organisations.

26 – 30 NOVEMBRE ■ GENÈVE

■ *Groupe de travail de l'Union de l'IPC sur la révision de la CIB (dix-huitième session)*

Le groupe de travail poursuivra la préparation des modifications à apporter à la huitième édition de la CIB ainsi que la mise en œuvre des résultats de la réforme de la classification, et achèvera la préparation des exemples pour la formation à la CIB. Le groupe de travail débattera aussi des modifications à apporter au Guide de la CIB et des préparatifs en vue de la neuvième édition de la CIB.

Invitations: en qualité de membres, les États membres de l'Union de l'IPC et les organisations membres du groupe de travail; en qualité d'observateurs, les États membres de l'Union de Paris et certaines organisations.

4 ET 5 FÉVRIER 2008 ■ GENÈVE

■ *Atelier sur l'utilisation de la CIB*

L'atelier examinera des questions concernant la mise en œuvre de la réforme de la CIB.

Invitations: ouvert aux parties intéressées, en particulier aux utilisateurs et aux fournisseurs de l'information en matière de brevets ainsi qu'aux offices de brevets.

4 – 8 FÉVRIER ■ GENÈVE

■ *Comité d'experts de l'Union de l'IPC (quarantième session)*

Le comité d'experts examinera des modifications à apporter à la huitième édition de la CIB, étudiera la question de la composition du Sous-comité chargé du niveau élevé, modifiera le Guide de la CIB et préparera la publication de la neuvième édition de la CIB.

Invitations: en qualité de membres, les États membres de l'Union de l'IPC; en qualité d'observateurs, les États membres de l'Union de Paris qui ne sont pas membres de l'Union de l'IPC et certaines organisations.

18 – 22 FÉVRIER ■ GENÈVE

■ *Groupe de travail sur les normes et la documentation (SDWG) (neuvième session) du Comité permanent des techniques de l'information (SCIT)*

Le groupe de travail poursuivra ses travaux relatifs à l'adoption de nouvelles normes de l'OMPI et à la révision de normes existantes de l'OMPI ainsi qu'à des questions connexes, et prendra connaissance des rapports de différentes équipes d'experts du SDWG créées à cette fin.

Invitations: en qualité de membres, les États membres de l'OMPI ou de l'Union de Paris; en qualité d'observatrices, certaines organisations.

NOUVEAUX PRODUITS



Nivilo:Class 2.1

(Classifications de Nice, Vienne et Locarno sur CD-ROM)
Bilingue Anglais/Français n° CD Nivilo
60 francs suisses (port et expédition non compris)



Traité de coopération en matière de brevets (PCT) et Règlement d'exécution du PCT - 2007

Chinois N° 274C
20 francs suisses (port et expédition non compris)



OMPI Patent Drafting Manual

Anglais N° 867E
25 francs suisses (port et expédition non compris)



Guía sobre los Tratados de Derecho de Autor y Derechos Conexos Administrados por la OMPI

Espagnol N° 891S
55 francs suisses (port et expédition non compris)



L'affaire équilibrée - La négociation des contrats de licence de technologie: un guide d'initiation

Français N° 906F
30 francs suisses (port et expédition non compris)



Um ponto no tempo - O Uso Inteligente da Propriedade Intelectual por Empresas do Setor Têxtil

Portugais N° 794P
Gratuit



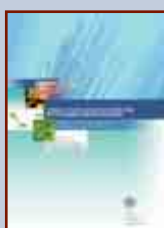
Des artistes au public

Chinois N° 922C
Gratuit



La gestion collective en matière de reprographie

Chinois N° 924C
Gratuit



Technology Transfer, Intellectual Property and Effective University-Industry Partnerships

Anglais N° 928E
Gratuit



Informe de la OMPI sobre patentes - Estadísticas sobre las actividades en materia de patentes e escala mundial - 2007

Espagnol N° 931S
Gratuit



NOUVEAUX PRODUITS



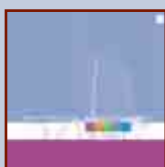
Projet relatif au patrimoine créatif: Principes directeurs dans le domaine de la propriété intellectuelle pour la numérisation du patrimoine culturel tangible

Chinois N° L934C/TCH, Espagnol N° L934S/TCH,
Français N° L934F/TCH
Gratuit



WIPO Guide on Managing Intellectual Property for Museums

Anglais N° 1001E
Gratuit



World Intellectual Property Organization: An Overview - 2007 Edition

Anglais N° 1007E
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:

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

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.