

2



CONVENTION DE L'OMPI - 40 ANS DÉJÀ!

5



JOURNÉE MONDIALE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

16

SLOGANS EN TANT QUE MARQUES



Un lien
entre
les mondes

26 AVRIL
10^e
Anniversaire
JOURNÉE MONDIALE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

www.wipo.int

TABLE DES MATIÈRES

2	CONVENTION DE L'OMPI - LA VIE COMMENCE À 40 ANS!
4	LE NOUVEAU LOGO DE L'OMPI
5	JOURNÉE MONDIALE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE INNOVATION: UN LIEN ENTRE LES MONDES Message de M. Francis Gurry, directeur général de l'OMPI
6	UNE DÉCENNIE DE CÉLÉBRATION DE LA CRÉATIVITÉ
9	INNOVATION, ENVIRONNEMENT ET AVENIR
13	ARTISTE, ILLUSTRATEUR, CRÉATEUR - BOB MACNEIL
16	SLOGANS EN TANT QUE MARQUES - PRATIQUE FRANÇAISE ET COMMUNAUTAIRE
20	DE MEILLEURS DESSINS POUR DE MEILLEURS BREVETS
23	CULTURES TRADITIONNELLES, PEUPLES AUTOCHTONES ET INSTITUTIONS CULTURELLES
26	PATRIMOINE CULTUREL DANS LE MONDE NUMÉRIQUE
27	L'ACTUALITÉ EN BREF
28	COURRIER DES LECTEURS
	CALENDRIER DES RÉUNIONS

CONVENTION DE L'OMPI - LA VIE COMMENCE À 40 ANS!

26 avril 1970... il y a 40 ans. Ce jour là, deux modestes "bureaux" de langue française, ayant un personnel suisse, issus de traités du XIX^e siècle, se sont transformés, comme par un coup de baguette magique, en une seule et même organisation internationale multilingue axée sur les États membres. Cette dernière allait rapidement devenir une institution spécialisée des Nations Unies et adopter un nouveau traité qui, en plus de lui apporter une renommée mondiale ainsi que la stabilité financière, révolutionna le système international des brevets: le Traité de coopération en matière de brevets (PCT).

C'est ce jour-là, voici quatre décennies, que les BIRPI sont devenus l'OMPI – ou, pour dire les choses au long, que les Bureaux internationaux réunis pour la protection de la propriété intellectuelle sont devenus l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle.

propriété industrielle (77 membres à l'époque et 173 aujourd'hui) et la Convention de Berne de 1886 pour la protection des œuvres littéraires et artistiques (58 membres alors et 164 de nos jours). Ils modifiaient aussi cinq arrangements particuliers établis dans le cadre de la Convention de Paris, portant sur l'enregistrement et la classification des marques, l'enregistrement des dessins et modèles industriels et la protection des appellations d'origine. La Convention fut signée en anglais, espagnol, français et russe, ce qui marquait pour l'Organisation l'entrée dans une ère nouvelle de multilinguisme.

Au niveau structurel, trois organes directeurs étaient établis au sein de l'OMPI : la Conférence, l'Assemblée générale et le Comité de coordination. Il était prévu qu'ils se réuniraient de manière régulière, contrairement à ce qui s'était passé pendant quelque 87 ans à l'époque des BIRPI, à savoir que les États membres des Conventions de Paris et de Berne (pour les besoins desquels les BIRPI avaient été créés) se réunissaient pour prendre des décisions au cas par cas, principalement sous forme de conférences diplomatiques de révision qui se tenaient en moyenne une fois tous les 20 ans. La conduite des activités et des finances des BIRPI était assurée essentiellement par la Suisse, leur pays hôte, qui assurait également la nomination du personnel, y compris celle du directeur. À l'entrée en vigueur de la Convention de l'OMPI, cette tâche est devenue celle des États membres et, dans une certaine mesure, du directeur général de l'OMPI, élu par ces derniers.

Seulement un début

Au cours des 40 dernières années, les six traités administrés à l'origine par les BIRPI ont vu leur nombre croître au rythme de l'évolution du contexte technologique; l'OMPI en administre désormais 24, dont la Convention de l'OMPI. L'Organisation compte actuellement 184 États membres, et l'arrivée de la technologie sans fil et du Web a transformé ses méthodes de travail au-delà de tout ce que l'on pouvait imaginer. La propriété intellectuelle et l'innovation qui la sous-tend ont acquis dans le monde une signification nouvelle, car elles sont reconnues de plus en plus comme un moyen de création de richesse, d'amélioration des niveaux de vie et, chose peut-être encore plus importante, d'élaboration de solutions aux défis considérables posés au monde entier par le chan-



La Convention instituant l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle résulte de cinq semaines de travaux dans les salles du Parlement suédois, à Stockholm

L'instrument "magique" responsable de cette métamorphose, la Convention instituant l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle, avait été élaboré en 1967 au cours d'une conférence de cinq semaines des États membres des BIRPI, dans les salles du Parlement suédois à Stockholm. En plus de donner naissance à l'OMPI, les accords ainsi conclus et intégrés au texte de la Convention révisaient les deux traités fondamentaux de l'Organisation, la Convention de Paris de 1883 pour la protection de la

“Depuis 1970, le contexte international de la propriété intellectuelle s’est transformé sous l’influence de changements technologiques, économiques et sociaux. L’OMPI a également évolué au cours de ces 40 années, pour devenir une entité véritablement mondiale, tournée vers l’avenir et déterminée à faire de la propriété intellectuelle un moyen de promotion de l’innovation et de la créativité dans l’intérêt du développement économique, social et culturel.” Francis Gurry, directeur général de l’OMPI

gement climatique, l’augmentation vertigineuse des besoins en énergie et les questions de sécurité alimentaire et de santé publique.

À 40 ans, l’OMPI s’attaque de front à ces difficultés, en mettant en œuvre des programmes visant à encourager l’utilisation du système de la propriété intellectuelle comme levier de développement économique et en intensifiant sa coopération avec les autres organisations du système des Nations Unies dans le but de trouver des solutions aux problèmes mondiaux. La route promet d’être semée d’embûches pour l’Organisation et le système international de la propriété intellectuelle; mais elle sera aussi fascinante, car le contexte de la propriété intellectuelle évolue sans cesse, sous l’influence d’un progrès technologique accéléré, d’une mondialisation croissante et d’un environnement numérique de plus en plus perfectionné et omniprésent. L’OMPI restera aux avant-postes du débat international sur ces aspects et d’autres questions se rapportant à la propriété intellectuelle.

Cette année anniversaire verra le lancement du nouveau logo de l’OMPI (voir page 4) ainsi que l’agrandissement du siège de l’Organisation, avec un nouveau bâtiment qui permettra de réunir l’ensemble du personnel sur le même site. Elle marque également le 10e anniversaire de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle, dont la date a été choisie de manière à coïncider avec celle de l’entrée en vigueur de la Convention de l’OMPI. Le Magazine de l’OMPI retrace l’histoire de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle au cours de ces 10 années, en soulignant l’accueil favorable qu’elle a reçu de la part des États membres. Il fait état de l’inventivité avec laquelle la communauté de la propriété intellectuelle utilise chaque année cet événement pour souligner l’énorme contribution des inventeurs et des artistes à l’enrichissement de notre vie quotidienne. Il mettra aussi en relief le thème des célébrations de cette année: “Innovation: un lien entre les mondes”.

WIPO 2.0: L’OMPI inaugure un canal YouTube™

Regarder des vidéos en ligne est devenu l’une des activités préférées des internautes. Alors qu’il n’était encore qu’une jeune pousse parmi tant d’autres voici quelques années, le site de partage de vidéos YouTube™ est aujourd’hui parmi les plus populaires de la Toile, avec un nombre de visiteurs quotidiens largement supérieur au milliard. L’OMPI a donc décidé de se rapprocher de cette audience en établissant une présence sur YouTube : le Canal de l’OMPI. Ce site, qui s’adresse au grand public, propose des documentaires et des entrevues avec des artistes, des créateurs et des inventeurs, et donne à la propriété intellectuelle un visage humain en expliquant comment la créativité et l’innovation influencent la vie de ces personnes, ainsi que la nôtre. L’offre est complétée par un choix de vidéos de promotion et d’information, ainsi que par des vidéos en français et en espagnol.



L’interactivité est une caractéristique importante de ce canal de l’OMPI. Les internautes peuvent non seulement noter les vidéos, les commenter ou s’abonner, mais aussi contribuer par leurs propres contenus en devenant “IP Reporters”, c’est-à-dire correspondants du canal de l’OMPI pour l’endroit où ils habitent. Les “IP Reporters” du monde entier sont invités à soumettre des vidéos racontant leur histoire ou celle de leur auteur, inventeur ou entrepreneur préféré, et la manière dont la propriété intellectuelle protège leurs œuvres et leur permet de bénéficier de leur talent. L’OMPI encourage aussi la mise en ligne de vidéos sur les manifestations et activités organisées pour célébrer la Journée mondiale de la propriété intellectuelle.

Pour savoir en quoi l’invention de M. Ramón Barba favorise les producteurs de mangues des Philippines, ce que pense du droit d’auteur le musicien jamaïcain Shaggy et l’effet qu’ont eu les contrefaçons de médicaments sur la vie de Tolomeo, allez voir le canal de l’OMPI sur YouTube, où vous trouverez déjà près de 70 vidéos. Et revenez souvent, car l’OMPI et ses “IP Reporters” continueront toute l’année à y ajouter des contenus.

LE NOUVEAU LOGO DE L'OMPI

L'OMPI renouvelle son image de marque et crée, comme élément central, un nouveau logo qui sera dévoilé le 26 avril 2010.

Le nouveau logo de l'OMPI constitue un puissant symbole de la revitalisation de l'Organisation et de son repositionnement stratégique dans le sens de l'évolution rapide du domaine de la propriété intellectuelle. Le dessin est contemporain, mémorable et distinctif. Il exprime le dynamisme de l'innovation.



Le graphisme du nouveau logo s'inspire de la forme du bâtiment principal du siège de l'OMPI, structure emblématique bien connue des États membres et des parties prenantes. La couleur bleue rappelle le lien de l'Organisation avec les Nations Unies. Les sept lignes courbes symbolisent les éléments de la propriété intellectuelle énoncés dans la Convention instituant l'OMPI :

- œuvres littéraires, artistiques et scientifiques,
- interprétations des artistes intermédiaires et exécutions des artistes exécutants, phonogrammes et émissions de radiodiffusion,
- inventions dans tous les domaines de l'activité humaine,
- découvertes scientifiques,
- dessins et modèles industriels,
- marques de fabrique, de commerce et de service ainsi que noms commerciaux et dénominations commerciales,
- protection contre la concurrence déloyale et tous les autres droits afférents à l'activité intellectuelle dans les domaines industriel, scientifique, littéraire et artistique.

Les lignes bleues sont séparées par des espaces exprimant la transparence et l'ouverture. Elles sont courbées pour indiquer le caractère rassembleur et sans exclusive de l'OMPI, un lieu de discussion qui accueille toutes les parties prenantes et leurs points de vue. Elles sont également incurvées vers le haut en signe de dynamisme, afin de représenter les idées, le mouvement et le progrès liés à l'utilisation

versaire de l'entrée en vigueur de la Convention qui a institué l'OMPI – une date idéale pour le lancement du nouveau logo.

L'histoire du logo de l'OMPI

Le logo actuel de l'OMPI remonte à 1962, date où un motif figuratif symbolisant l'UIPI (Unions Internationales



de l'innovation et de la créativité pour rendre le monde meilleur. L'ensemble est établi sur une solide fondation, figurée par l'acronyme et la dénomination de l'Organisation.

L'OMPI est actuellement dans un processus de repositionnement stratégique majeur, qui l'amène à s'engager dans des domaines nouveaux afin de rester en phase avec les mutations rapides que connaît le monde sur le plan technologique, culturel et social. Étant une organisation tournée vers l'avenir, elle a voulu un signe qui témoigne de cette attitude. Le nouveau logo est dynamique et ouvert sur le futur, tout en restant lié à l'histoire de l'OMPI et à sa place traditionnelle au centre de la politique internationale en matière de propriété intellectuelle. Ses lignes nettes et modernes symbolisent les valeurs fondamentales de l'Organisation, notamment la confiance, la fiabilité et l'efficacité.

Le 26 avril 2010 marquera en même temps la 10^e Journée mondiale de la propriété intellectuelle et le 40^e anni-

Propriété Intellectuelle), organisme prédécesseur de l'OMPI, est apparu dans certaines publications. Le sigle UIPI placé au centre de ce motif, semblable au logo actuel de l'OMPI, fut remplacé en 1963 par celui des BIRPI (Bureaux internationaux réunis pour la protection de la propriété intellectuelle). En 1964, le directeur des BIRPI a communiqué officiellement aux États membres de l'Union de Paris le logo, le nom et l'abréviation des BIRPI aux fins de protection en vertu de l'article 6ter de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle.

L'actuel logo de l'OMPI a été communiqué aux États membres de l'Union de Paris aux fins de protection au titre de l'article 6ter de la Convention de Paris en juillet 1970, année de l'entrée en vigueur de la Convention instituant l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. Il apparaît depuis sur les documents, publications, bâtiments et autres matériels connexes de l'Organisation.

INNOVATION

UN LIEN ENTRE LES MONDES

JOURNÉE MONDIALE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE - 2010

Message du directeur général, M. Francis Gurry

Dhillon Photographics



Il y a seulement quelques décennies, le monde demeurait vaste et largement inconnu pour la plupart de ses habitants. Les voyages étaient longs et coûteux. Le savoir était couché sur papier et difficile à partager. En bien des endroits, les services téléphoniques étaient inexistantes. En dehors des grandes villes, l'accès à la culture étrangère et aux arts était restreint.

La rapidité de l'innovation et sa diffusion à l'échelle mondiale ont changé nos perspectives. Nous sommes désormais reliés – physiquement, intellectuellement, socialement et culturellement – d'une façon auparavant inconcevable. Nous pouvons traverser les continents en quelques heures. Partout ou presque, nous avons accès à l'information, nous pouvons nous voir et nous parler, écouter de la musique, prendre des photographies et les envoyer au moyen d'appareils qui tiennent dans la paume de la main.

Cette connectivité universelle, rendue possible par le Web et la technologie sans fil, a des conséquences phénoménales sur l'avenir. Avec l'abolition des distances, nous ne sommes plus limités par le lieu où nous nous trouvons physiquement, et les avantages qui en découlent sont légion.

L'apprentissage sur le Web libère le potentiel intellectuel de communautés qui étaient auparavant isolées et contribue à réduire les inégalités entre les nations en ce qui concerne l'accès au savoir. Des techniques sophistiquées de visioconférence limitent les voyages d'affaires et, par conséquent, notre empreinte carbone. La téléphonie mobile, déjà utilisée par plus de la moitié de la population mondiale, transforme les vies et les communautés : les téléphones mobiles à énergie solaire permettent de suivre l'évolution des maladies, de gérer des petites entreprises et de coordonner les secours en cas de catastrophe dans des zones qui étaient précédemment inaccessibles.

La rapidité de la gestion et de l'échange de données accélère le cycle de l'innovation, facilitant ainsi l'innovation collective et stimulant une collaboration mutuellement profitable entre les entreprises, les instituts de recherche et les particuliers. Dans le même temps, les technologies numériques donnent aux personnes ayant les mêmes centres d'intérêt les moyens de créer des plates-formes virtuelles qui leur permettent de travailler sur des projets et des objectifs communs, tels que la plate-forme Internet des parties prenantes de l'OMPI destinée à faciliter l'accès des personnes ayant un handicap visuel ou des difficultés à lire les textes imprimés, qui seraient 314 millions dans le monde, aux contenus protégés par le droit d'auteur.

Les technologies innovantes créent une société réellement mondiale. Le système de la propriété intellectuelle fait partie de ce processus de liaison. Il facilite le partage de l'information, notamment par l'intermédiaire des banques de données de l'OMPI en libre accès, qui sont des mines d'information sur le savoir-faire technique. Il crée un cadre pour l'échange et la diffusion de la technologie. Il encourage l'innovation et la concurrence. Il aide à structurer la collaboration nécessaire en vue de relever les redoutables défis mondiaux qui nous attendent, tels que le changement climatique et l'augmentation constante des besoins énergétiques.

La mission de l'OMPI consiste à faire en sorte que le système de la propriété intellectuelle continue de jouer son rôle fondamental d'encouragement de l'innovation et de la créativité et que les avantages du système soient accessibles à tous, de façon à rapprocher le monde.



UNE DÉCENNIE DE CÉLÉBRATION DE LA CRÉATIVITÉ

Il semble que c'était hier, et pourtant, c'est en septembre 2000 que l'Algérie et la Chine ont présenté aux Assemblées de l'OMPI une proposition visant à faire du 26 avril la Journée mondiale de la propriété intellectuelle. La première célébration de cette journée a eu lieu le 26 avril 2001, sur le thème "Créer l'avenir aujourd'hui", et malgré le peu de temps dont ils disposaient, la réponse des États membres fut enthousiaste. Plus de 50 d'entre eux organisèrent des événements – de la simple journée portes ouvertes à l'office de la propriété intellectuelle à des semaines entières d'activités comprenant des concerts et des galas de remise de prix aux inventeurs et créateurs.



L'exposition "La créativité des enfants vue de la Chine" présentait des dessins réalisés par des enfants chinois à l'occasion de la première Journée mondiale de la propriété intellectuelle, en 2001

Le thème de l'année suivante, "Encourager la créativité", était appelé à devenir récurrent – il fut en effet réutilisé sous des formes différentes en 2004 et 2007. États membres et observateurs lui ayant demandé des idées sur la meilleure manière de célébrer la Journée mondiale



Le Kenya a organisé en 2002 une semaine d'activités dont une marche de la propriété intellectuelle par les scouts, une soirée de danses traditionnelles avec musique et poésie et un symposium sur le thème "Encourager la créativité"

de la propriété intellectuelle, l'OMPI eut l'idée de proposer un choix d'activités de sensibilisation susceptibles de susciter l'intérêt du public et des médias pour les questions de propriété intellectuelle. Quelque 70 États membres participèrent. Il fut question de propriété intellectuelle dans la presse écrite du Bhoutan jusqu'en Uruguay, à la radio de Cuba jusqu'au Kazakhstan, à la télévision d'Antigua-et-Barbuda jusqu'à Maurice, sur Internet, dans les rues du Kenya et du Zimbabwe...



Destruction publique de contrefaçons de CD le 26 avril 2003 au Pérou, dans le cadre d'une campagne contre le piratage

Le thème de l'année 2003, "La propriété intellectuelle, c'est aussi votre affaire", était un appel lancé aux chefs d'entreprise pour les inciter à tirer

pleinement parti de leur capital intellectuel en utilisant les moyens offerts par le système de propriété intellectuelle pour atteindre leurs objectifs commerciaux et, d'une façon plus générale, à l'ensemble de la société civile pour qu'elle prenne conscience du fait qu'il est dans l'intérêt non seulement des créateurs mais aussi de la société tout entière de respecter les droits de propriété intellectuelle. L'OMPI avait alors diffusé quelque 800 pochettes contenant la publication intitulée "La propriété intellectuelle : un puissant facteur de croissance économique". De nombreux événements organisés cette année-là, dont notamment des destructions de contrefaçons, étaient axés sur la lutte contre le piratage.



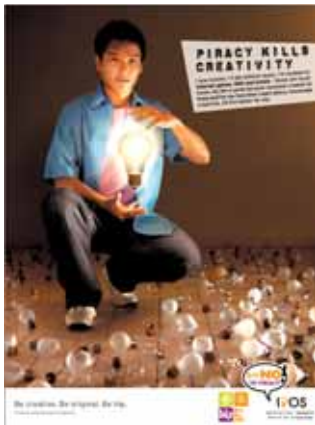
Ouverture d'un séminaire et d'une exposition pour marquer la Journée mondiale de la propriété intellectuelle au Ghana en 2004

En 2004, de nombreuses célébrations, et notamment des activités de sensibilisation organisées par les offices de propriété intellectuelle dans les écoles locales, se sont adressées à la jeunesse, car il n'est jamais trop tôt pour apprendre à quel point la créativité et l'innovation sont importantes dans l'édification d'un monde meilleur. L'OMPI a distribué 78 exemplaires de la série vidéo "Planète créative" aux fins de diffusion dans 44 pays, et produit trois spots télévisés sur le thème "Encourager la



Timbres sur la propriété intellectuelle édités à Hong Kong à l'occasion de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle 2004

créativité”, qui furent diffusés sur CNN. Cette journée fut aussi l’occasion de lancer deux nouveaux guides de la série destinée aux PME “La propriété intellectuelle au service des entreprises”.



Une affiche antipiratage réalisée à Singapour à l'occasion de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle en 2005

susciter chez les jeunes une réflexion inspirée par le monde des sports sur la présence de la propriété intellectuelle dans leur vie quotidienne, ainsi que le désir d’en créer eux-mêmes. Un grand nombre d’offices avaient orienté cette année-là leur message et leurs activités vers les jeunes, organisant notamment des concours et d’autres événements visant à leur donner un premier aperçu de la différence que pouvait faire dans le monde leur propre créativité.



“Pensez, imaginez, créez”, le thème de la cinquième Journée mondiale de la propriété intellectuelle, encourageait les jeunes, surtout dans le monde, à reconnaître le créateur, le résolveur de problèmes ou l’artiste qui est en eux. L’OMPI a inauguré à cette occasion une exposition intitulée “La lutte pour l’excellence”, dont le but était de

En 2006, les activités organisées par l’Office de la propriété intellectuelle du Canada avaient pour thème la contribution des femmes à l’innovation.

La couverture médiatique considérable dont a fait partout l’objet la Journée mondiale de la propriété intellectuelle tenue en 2006 sur le thème “Tout commence par

une idée” a confirmé la reconnaissance grandissante de cette manifestation annuelle et de son rôle de sensibilisation à l’importance des droits de propriété intellectuelle. La journée avait été marquée par de grandes soirées avec concerts et cérémonies de remise de prix, des spectacles de musique et de danse folklorique locale et des expositions dans les offices de propriété intellectuelle. De nombreux offices de propriété intellectuelle avaient organisé des activités pour des titulaires de droits spécifiques, et le thème du respect de la propriété intellectuelle était à l’honneur. Certains pays célébraient l’événement pour la première fois, tandis que d’autres faisaient fond sur des programmes de promotion de la technologie et de l’innovation engagés avant la première Journée mondiale de la propriété intellectuelle.

Korean Ministry of Culture & Tourism



En 2006, Jisoo Kim a remporté le premier prix du concours de rédaction organisé en Corée sur la base d’une bande dessinée coréenne intitulée “Copy and paste: What’s wrong?”



Distribution de bandes dessinées de l’OMPI dans un centre commercial de Bahreïn en 2007

Nombreux sont ceux pour qui le lien entre propriété intellectuelle et créativité est loin d’être évident. Le terme “créativité” évoque un monde d’artistes, de musiciens, de poètes, de créateurs de solutions, tandis que la propriété intellectuelle est plutôt associée aux avocats et aux tribunaux. En fait, c’est le système de propriété intellectuelle qui fait vivre ces créateurs, comme le soulignait le thème choisi pour 2007, “Encourager la créativité”. L’OMPI avait organisé alors sur le thème “La propriété intellectuelle au service du développement” un débat qui a contribué à alimenter le Plan d’action pour le développement. La Journée mondiale de la propriété intellectuelle a également réuni ceux qui remettent en cause le système.





Promotion de la Journée mondiale de la P.I. au Mexique en 2008.



2008 : affiche de l'Office polonais des brevets.

Différents blogs ont débattu de la validité du système des brevets, et d'autres ont abordé des questions liées au droit d'auteur et au domaine public.

Devant le succès grandissant de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle, des talents créatifs se sont mobilisés, tant dans le secteur public que privé, pour trouver de nouveaux moyens d'attirer l'attention sur le slogan de 2008 : "L'innovation. Respectez-la." De plus en plus d'offices nationaux de propriété intellectuelle ont produit leurs propres messages et affiches, ciblant leurs besoins spécifiques en matière de sensibilisation à la propriété intellectuelle. Nombre d'entre eux ont mis l'accent sur l'importance de l'innovation dans la résolution des problèmes mondiaux et l'amélioration des conditions de vie, ainsi que sur la nécessité de protéger les fruits de cette innovation en encourageant le respect des droits qui s'y rattachent.

Le thème de l'"Innovation verte" choisi pour 2009 a trouvé autant d'écho chez les parties prenantes de la propriété intellectuelle que dans un auditoire plus large. Le message d'espoir formulé par M. Francis Gurry, directeur général de l'OMPI, en ce qui concerne l'ingéniosité humaine a porté juste auprès d'un public préoccupé par des prévisions économiques peu encourageantes et les problèmes de l'environnement. L'événement a été marqué par une profusion sans précédent d'affiches créatives du monde entier, sans parler du nombre et de la variété des activités organisées dans le but de susciter de l'intérêt pour la propriété intellectuelle. L'OMPI a publié pour l'occasion un numéro spécial du Magazine de l'OMPI consa-

cré à l'innovation verte, dont les articles renforçaient le message de la Journée mondiale en soulignant les liens qui unissent l'innovation et le système de la propriété intellectuelle. L'OMPI a apporté sa propre contribution au thème retenu en mettant en ligne aux fins de téléchargement tous ses éléments relatifs à la Journée mondiale de la propriété intellectuelle, ainsi que par le lancement d'un projet Neutralité carbone à travers toute l'Organisation.

L'OMPI marquera le 10^e anniversaire de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle par une exposition rétrospective de l'évolution de cet événement depuis ses débuts. Le thème de cette année, "Innovation: un lien entre les mondes", concerne le cœur même de la créativité. Des progrès fulgurants réalisés ces dernières années, par



exemple dans le domaine des technologies de l'information et des communications, ont permis de mettre des services et des connaissances à la disposition d'un nombre de personnes toujours plus important dans le monde entier. La rapidité des progrès technologiques et le caractère d'urgence lié aux enjeux mondiaux tels que le changement climatique, la sécurité alimentaire ou l'accès aux soins de santé font que l'innovation et l'infrastructure nécessaire à son existence revêtent une importance grandissante. De nouvelles formules comme l'innovation ouverte s'appuient sur les avantages conférés par le système de la propriété intellectuelle pour assurer le partage de savoir-faire essentiels et des fruits de l'ingéniosité humaine. Tout cela signifie qu'il est de plus en plus important de bien faire connaître et comprendre la propriété intellectuelle, ainsi que la nécessité de la protéger adéquatement.

Ce retour en arrière sur les 10 dernières années est aussi l'occasion de porter un regard vers l'avenir – et ce que pourraient être les 10 prochaines pour la propriété intellectuelle.

Affiches 2009 :
 Université de Guadalajara, Mexique;
 MAWHIBA, Arabie Saoudite; Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni;
 Asociación Argentina de Intérpretes; Office national des brevets de l'Ouzbékistan;
 Université Ricardo Palma, Pérou.



INNOVATION, ENVIRONNEMENT ET AVENIR

Entreprises innovantes et esprits inventifs mettent au point de nouvelles technologies qui contribueront à la réduction des émissions de carbone dans le monde. **Jo Bowman** nous parle ici de la manière dont la propriété intellectuelle unit le monde dans sa recherche d'une solution au défi planétaire du changement climatique.

L'effet de serre et la question de la neutralité carbone font maintenant partie du débat mondial. L'urgence d'agir n'a jamais été aussi présente dans les esprits. Nous devons changer radicalement notre manière de vivre et de travailler, rien de moins. Selon le Royal Institute of International Affairs à Londres, pour que la hausse moyenne de la température de la planète puisse être maintenue au-dessous du seuil critique des 2°C, les émissions mondiales de gaz à effet de serre doivent atteindre leur sommet avant 2020 puis être réduites jusqu'à 50% à 85% de leur niveau de 2000 d'ici à 2050.

La République des Maldives, dont les terres à peine émergées sont extrêmement vulnérables aux montées du niveau de la mer, est l'un des premiers pays à s'être engagés à une neutralité totale en matière d'émissions de carbone. Le gouvernement a décidé de se tourner vers les sources d'énergie renouvelables, notamment éolienne et solaire, afin d'atteindre son objectif zéro carbone en 10 ans. L'État insulaire du Tuvalu, dans le Pacifique Sud, veut que toute son énergie soit tirée de sources renouvelables d'ici à 2020. Le gouvernement de la Norvège s'est engagé à être neutre en carbone d'ici à 2030, tandis que le Costa Rica espère atteindre cet objectif en 2021. En Nouvelle-Zélande, le premier ministre a souhaité que d'ici à 2025, le pays tire 90% de son énergie de sources renouvelables et que les émissions dues au transport soient réduites de moitié d'ici à 2040. Ailleurs dans le monde, des municipalités et des États ont déclaré, à titre individuel, leur intention de devenir neutres en émissions de carbone.

Il faudra toutefois bien plus que de bonnes intentions et un esprit communautaire si l'on veut que ces ambitieux objectifs soient atteints. "Garantir l'accès à des technologies écologiques à un prix abordable constitue pour la politique publique internationale une question cruciale qui se situe au-delà des préoccupations économiques, légales, géopolitiques et de sécurité", explique Ilian Iliev, cofondateur et directeur général du cabinet de conseil en propriété intellectuelle CambridgeIP. "Cela nécessite une masse critique d'investissements, d'innovations et d'utilisations bas carbone, en adéquation avec des objectifs à moyen et long terme. Les implications qui en découlent pour les stratégies et les modèles d'entreprise sont profondes."

À qui appartient l'avenir faible en carbone?

Le rôle des droits de propriété intellectuelle dans la quête d'un avenir moins pollué par le carbone est controversé. Le groupe de réflexion britannique Chatham House observe, dans son rapport *Who owns our low-carbon future?* (à qui appartient notre avenir faible en carbone?), que certains sont partisans d'un régime de droits de propriété intellectuelle plus fort afin d'encourager l'innovation dans les technologies du climat, tandis que d'autres voudraient voir assouplir le système de la propriété intellectuelle de manière à élargir l'accès aux technologies, notamment dans les pays en développement.

Les auteurs du rapport de Chatham House, dont M. Iliev, sont pour la plupart en faveur d'un renforcement de la protection de la propriété intellectuelle. Ils font valoir qu'un portefeuille de brevets peut servir à attirer du capital-risque, faciliter des alliances stratégiques, fournir une protection contre les litiges et créer des occasions de fusions et d'acquisitions.

L'engouement pour les technologies faibles en émissions de carbone a donné lieu à travers le monde à une vague de demandes de brevet pour toutes sortes de choses, des veilleuses pour les appareils qui s'éteignent automatiquement aux voitures fonctionnant avec de nouveaux carburants en passant par la capture du carbone. L'analyse la base de données Derwent des brevets révèle que le nombre d'inventions ayant pour objet la réduction de la consommation d'énergie a été de 1200 entre 2003 et 2008, contre 481 pour les cinq années précédentes (340 brevets de ce type ont été déposés au cours de la seule année 2008). "Cela ressemble nettement à une tendance lourde", souligne Steve Van Dulken, spécialiste de l'information au service recherche de la British Library. Si l'on recherche les brevets liés à la réduction de la consommation d'énergie des appareils en mode de veille, la croissance est encore plus marquée : quatre brevets au total seulement entre 1984 et 1988, 62 entre 2002 et 2008.

"Ce qui se passe aujourd'hui est typique de toute technologie : la mise en place de technologies nouvelles augmente au même rythme que les dépôts de brevet"



explique Alan MacDougall, du cabinet d'avocats de propriété intellectuelle Mathys & Squire. Par exemple, poursuit-il, les dépôts de brevets relatifs aux cellules photovoltaïques et à l'énergie éolienne sont passés de 300-400 à près de 1600 par an. "Il y a donc un lien très, très net entre le nombre de dépôts de brevet et les produits sur le marché."

L'augmentation des dépôts de brevet démontre clairement que le système de propriété intellectuelle constitue un encouragement à investir dans la recherche de technologies écologiques, favorisant ainsi l'arrivée sur le marché d'un nombre encore plus élevé de ces produits.

Moins d'émissions, plus de brevets

Certaines des industries les plus consommatrices d'énergie et émettrices de carbone sont à la source d'un grand nombre de ces innovations. Dans l'industrie automobile, Rolls-Royce, par exemple, a déposé 425 demandes de brevet en 2008, un nombre record pour cette entreprise qui a investi cette année-là 885 millions de livres sterling en recherche et développement, dont "une partie importante" visait à réduire l'impact environnemental de ses produits. Dans le même temps, l'industrie mondiale de l'aviation s'est accordée pour réduire de moitié d'ici à 2050 ses émissions nettes de carbone par rapport au niveau de 2005. On prévoit en effet que s'il ne contient pas ses émissions, le transport aérien sera responsable de 20% des émissions totales de CO2 en 2020.

L'un des principaux constructeurs d'avions, la société Airbus, est en train de développer de nouvelles technologies pour permettre la réalisation de cet objectif, et protège sa propriété intellectuelle par des brevets. Plus de 380 brevets ont été déposés en lien avec les technologies mises au point pour son appareil à double pont, l'A380. "Des innovations importantes ont été réalisées en matière d'aérodynamique, conception de cabines, intégration de moteurs, commandes de vol, systèmes aéronautiques, techniques de production, ainsi que dans l'utilisation accrue de matériaux composites ultra légers", explique la compagnie. "Ces droits de propriété intellectuelle mettent les innovations d'Airbus en sécurité et forment une base solide pour maintenir notre primauté en termes de nouveaux développements technologiques." L'un des brevets concerne un nouveau procédé d'assemblage pour réaliser un caisson de voilure en composite de fibre de carbone pour les avions commerciaux. Environ un quart de l'A380 est fait de matériaux composites, ce qui permet d'économiser 15 tonnes de poids par rapport à la construction traditionnelle, et donc une quantité significative de carburant.

Il est un peu ironique qu'une partie de la propriété intellectuelle indispensable à l'économie bas carbone soit détenue par des entreprises fortement émettrices de ce même carbone. "Le développement des technologies ne suit pas les frontières des secteurs économiques. Cela veut dire que l'innovation peut venir de secteurs différents : certains qui émettent beaucoup de carbone, et d'autres qui en émettent peu, explique Bernice Lee, directrice de la recherche en gouvernance de l'énergie, de l'environnement et des ressources à l'Institut royal des affaires internationales. L'avantage, ajoute-t-elle, c'est que cela donne aux industries très émettrices de carbone un rôle potentiellement important dans le futur d'une économie mondiale faible en carbone. Le problème est que les entreprises de ces industries ont besoin d'équilibrer leurs gains à court terme provenant d'activités qui émettent beaucoup de carbone avec des investissements pour leur avenir à long terme."

Les entreprises plus petites utilisent également les brevets pour assurer leur avenir dans un environnement commercial faible en carbone. La société Solarcentury, fondée voici 11 ans pour concevoir et fournir des solutions en énergie solaire pour les bâtiments résidentiels et commerciaux, utilise les brevets pour s'assurer de ne pas être évincée d'une industrie qui attire de plus en plus de monde. Le responsable de l'innovation de cette société, Alan South, remarque que l'énergie solaire a un taux de croissance composé de 40% en moyenne depuis plus de 10 ans. "Nous utilisons les avantages des brevets pour garantir notre liberté de commercer, explique-t-il. Nous nous assurons ainsi que la société, qui emploie environ 120 personnes, peut fonctionner sans empiéter sur les brevets déposés par d'autres entreprises."

Selon M. MacDougall, la plus grande difficulté, concernant les technologies vertes, réside dans leur déploiement, c'est-à-dire leur mise sur le marché. De nombreuses entreprises mettent au point de nouvelles technologies et en feront leurs propres systèmes exclusifs, mais il est probable qu'il faudra des années pour faire des progrès significatifs dans la lutte contre le changement climatique. Et à en juger par les signaux montrant la rapidité du réchauffement climatique, le temps est un élément crucial.

Temps compté

Selon les recherches de Chatham House, les inventions du secteur de l'énergie mettent en général de 20 à 30 ans pour arriver sur le marché de masse. Cela correspond au temps nécessaire à n'importe quelle technologie brevetée pour devenir d'usage courant dans des inventions ultérieures. Des données portant sur 180 brevets de six secteurs technologiques liés à la réduction du carbone montrent un intervalle de temps moyen d'environ 24 ans.

“Le temps de diffusion des technologies propres devra globalement être divisé par deux d’ici à 2025 si nous voulons avoir une chance réaliste d’atteindre nos objectifs climatiques” conclut M. Iliev.

Le facteur temps est particulièrement important pour les marchés émergents où de grands programmes d’infrastructure sont mis en place actuellement. Là où la technologie économe en carbone est disponible, elle peut être appliquée à grande échelle. Autrement, des investissements seront faits dans des technologies qui émettent plus de carbone, et la tendance ne sera pas inversée avant plusieurs années.

Régime accéléré pour les technologies vertes

Plusieurs pays ont mis en place des régimes accélérés pour permettre aux brevets portant sur des technologies vertes de “passer avant tout le monde”. Parmi eux, l’Australie, les États-Unis d’Amérique, la République de Corée et le Royaume-Uni. Le Brésil, la Chine et le Japon ont exprimé leur intérêt à faire de même.

Tony Howard, directeur de la division de l’examen des demandes de brevet et de la politique juridique à l’Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni, explique que le régime accéléré annoncé en mai 2009 peut être appliqué, à la demande du déposant, à tout ou partie du processus de demande de brevet. Cela permet de réduire le temps qui s’écoule entre le dépôt de la demande et la délivrance du brevet à seulement huit ou neuf mois, au lieu des trois à cinq ans habituels. “Cette mesure fait partie d’un ensemble plus large de stratégies visant à soutenir la lutte contre le changement climatique, précise M. Howard. Elle souligne l’importance des brevets et de la propriété intellectuelle en général dans le combat contre le changement climatique, ainsi que le rôle crucial de l’innovation.”

En octobre 2009, 65 demandes de régime accéléré avaient été déposées dans le cadre du programme britannique. “Cela peut sembler peu... mais c’est un chiffre encourageant”, note M. Howard. Ces demandes portaient sur tout un éventail de technologies, de nouvelles méthodes de génération d’énergie à des produits destinés à rendre les procédés plus efficaces ou à préserver l’énergie. Parmi les déposants, il y avait de grandes entreprises, des petites, et des inventeurs individuels. Cette possibilité d’accélération de la procédure est particulièrement avantageuse pour les entreprises de plus petite taille, remarque M. Howard, car elle leur permet de mettre leur technologie sur le marché plus rapidement et favorise la concession de licences.

Le système de la propriété intellectuelle en tant qu’élément de solution du problème du changement climatique

L’innovation verte nécessite de la part du secteur privé un investissement important qu’un système des brevets efficace peut encourager. Le système de la propriété intellectuelle fait d’une invention un bien négociable, susceptible de faire l’objet de licences ou de cessions de droits, facilitant ainsi la création de partenariats technologiques.

Une protection efficace par brevet peut stimuler le transfert international de technologie à partir du secteur privé. Par ailleurs, étant donné que tous les brevets font l’objet d’une publication, le système des brevets constitue également la source publique d’informations la plus complète sur les plus récentes technologies. En donnant accès aux connaissances existantes, il contribue à la mise au point de technologies nouvelles et aide à recenser celles qui ne sont pas protégées et, par conséquent, librement accessibles.

Mise en commun et partage

Le caractère universel des préoccupations environnementales conduit à de nouvelles manières de concevoir la titularité de la propriété intellectuelle. La plate-forme *Eco-Patent Commons*, fondée par IBM, Nokia, Sony et Pitney Bowes, permet le partage des brevets écoresponsables et leur utilisation à titre gratuit par les membres, ce qui a pour effet de favoriser une adoption plus large et plus rapide des nouvelles technologies.

Aux Pays-Bas, les participants du programme CATO-2 – une initiative conjointe du gouvernement et du secteur privé dans le domaine du captage et du stockage de CO₂ – sont encouragés à utiliser différents niveaux de titularité des droits de propriété intellectuelle. Il est prévu que ce projet donnera lieu prochainement à des demandes de brevet. La titularité des brevets qui en résulteront sera conférée à l’inventeur (ou aux inventeurs) et sera partagée, dans certains cas, entre un établissement de savoir et une entreprise privée.

Ce système à paliers peut sembler compliqué, mais selon M. Jan Hopman, directeur général adjoint de CATO-2, cette complexité est un mal nécessaire. “L’autre solution serait que tout soit public, partagé avec tout le monde. Or, si tout est partagé, les grandes découvertes viendront de l’extérieur du programme. Nous voulons un incitatif pour qu’elles restent à l’intérieur.”

Nécessité d’une coopération internationale

Les gouvernements adoptent les cibles de réduction des émissions de carbone avec un enthousiasme qui constitue un énorme vote de confiance pour les technologies prometteuses dans ce domaine, et donne aux entreprises et individus à l’origine de ces



technologies vertes la conviction que leur investissement a de bonnes chances de s'avérer très rentable.

Le moment est venu pour les gouvernements d'être plus explicites quant à leur manière d'aborder la réduction des émissions, observe M. Iiev, car cela permettra d'orienter la recherche et les investissements vers les domaines les plus susceptibles d'être favorisés. "Il est très important qu'un gouvernement donne une idée de ses intentions, mais si elles ne se concrétisent pas, cela peut conduire à du désenchantement, ajoute-t-il. Nous sommes à la croisée des chemins."

Selon une mise en garde des auteurs du rapport de Chatham House, les efforts apparemment bien intentionnés des gouvernements tendant à appuyer des fournisseurs nationaux pourraient en fait entraver l'innovation mondiale dans le domaine des systèmes énergétiques. À leur avis, ce sont les structures industrielles, régimes réglementaires, capacités de recherche des institutions publiques et privées ainsi que toutes les autres infrastructures d'appui déjà en place qui déterminent les types d'investissements ou de technologies les plus susceptibles de connaître le succès au cours des décennies futures.

Ce qui est nécessaire, selon eux, c'est une coopération qui ne s'arrête ni aux frontières internationales – notamment celles qui séparent les économies développées et en développement – ni à celles des secteurs commerciaux. "Les grandes innovations naissent souvent de l'interaction de plusieurs domaines différents", disent ils. L'évolution de la technologie solaire photovoltaïque a bénéficié de celle de l'électronique industrielle et grand public, et les progrès de l'énergie solaire concentrée sont issus de la technologie de l'espace et des satellites. "Compte tenu de l'importance que revêtent pour la mise au point des technologies de l'énergie les innovations extérieures à ce secteur, les décideurs proactifs en matière d'innovation et de changement climatique ont devant eux une tâche complexe de

surveillance des développements technologiques et commerciaux", constate le rapport.

Établir des normes pour l'avenir

À l'heure où sociétés, entrepreneurs et gouvernements cherchent des solutions pour remplacer le statu quo, le monde de la propriété intellectuelle pourrait faire de même, et peut-être tirer des enseignements de la téléphonie mobile, une industrie dont la croissance des 15 dernières années pourrait être particulièrement utile au secteur des technologies vertes.

"Un recentrage majeur et nécessaire en ce qui concerne la manière d'utiliser la propriété intellectuelle, dit M. Iiev. Nous ne disons pas que le système des brevets doit changer... seulement qu'une riche expérience a été acquise dans d'autres secteurs où la propriété intellectuelle jouait un rôle crucial". Si le succès planétaire de la téléphonie mobile a été aussi rapide – il y a maintenant plus de téléphones mobiles dans le monde que de grille-pain, dit-il –, c'est grâce à la standardisation d'une technologie basée sur des brevets.

M. MacDougall désigne lui aussi les téléphones mobiles comme source d'inspiration pour la diffusion des technologies vertes. "Les fabricants auraient pu continuer à faire des téléphones différents, chacun utilisant son propre système, mais ils auraient eu un marché limité". La standardisation de la technologie de base a permis d'élargir le marché pour tout le monde. "Tout le monde en a bénéficié, et cela s'est traduit par une profusion de technologies mobiles."

S'il s'avérait que la normalisation est la voie à suivre, il deviendrait encore plus attrayant de détenir le brevet sur lequel celle-ci est fondée. Selon toute probabilité, l'adoption d'une norme commune aurait pour effet une accélération du rythme d'innovation et de diffusion de la technologie.

Le consortium Green Touch

La communauté des technologies de l'information et des communications a annoncé en janvier la création de Green Touch™, un consortium international ayant pour objectif la création des technologies nécessaires pour rendre les réseaux de communication 1000 fois plus efficaces qu'ils ne le sont aujourd'hui. L'énergie consommée actuellement en une seule journée par l'ensemble des réseaux de communication du monde entier permettrait alors de les faire fonctionner pendant trois ans.

Lancée par Bell Labs, l'initiative Green Touch réunira de grands acteurs de l'industrie, du monde universitaire et des pouvoirs publics pour rechercher et inventer des réseaux moins énergivores. Elle compte parmi ses membres les sociétés AT&T, China Mobile, Freescale Semiconductor, Huawei, Samsung Advanced Institute of Technology, Swisscom, l'Institute for a Broadband Enabled-Society (IBES) de l'université de Melbourne et de nombreux autres. Une invitation ouverte à se joindre au consortium a été adressée à la communauté des technologies de l'information et des communications dans sa totalité.

"Les plus grands défis ont toujours été relevés en réunissant les esprits les plus brillants au sein d'un environnement créatif et sans contrainte. [...] Green Touch est un exemple de cette façon de faire – rassembler au sein d'un environnement d'innovation ouverte des chercheurs et des scientifiques venant de pays et de disciplines différentes pour pouvoir attaquer le problème sous un grand nombre d'angles", a déclaré M. Steven Chu, secrétaire d'État à l'Énergie des États-Unis d'Amérique.

ARTISTE, ILLUSTRATEUR, CRÉATEUR - **BOB MACNEIL**



Biographie

Naissance: 1971, New Jersey, États-Unis d'Amérique.

Techniques: pour le travail : numérique (Adobe Photoshop et Illustrator); pour le plaisir : aquarelle et acrylique

Études: diplômé de la Newark School of Fine and Industrial Art; autodidacte en numérique

Distinctions: (seul et en équipe) American Corporate Identity 20 : refonte de la marque Skippy; Creativity 33 : refonte de la marque Skippy Peanut Butter; American

Graphic Design Awards : création de la marque de fromage Dofino; American Graphic Design Awards : Fruit Blasters de la société Mott's; Art Director's Club of New Jersey : création de la marque Fruit Blasters de la société Mott's; America Corporate Identity : The Roll; America

Corporate Identity: refonte de la marque Popsicle; **America Corporate Identity:** conception du conditionnement des Skippy Squeeze Stix

Loisirs: ceinture noire de taekwondo

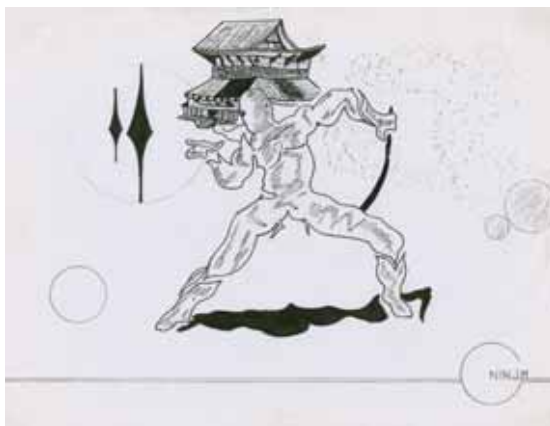
Site Web: www.taminglight.com

Concepteur primé de marques et de conditionnements de produits, Bob MacNeil a dessiné un jour pour une revue connue une illustration représentant un "troll des brevets" (voir Magazine de l'OMPI n° 1/2010, page 4). Cette dernière a eu un tel succès qu'il a pris les défenseurs eux-mêmes des droits de propriété intellectuelle à la copier sans son autorisation. Ironique – mais ils se sont empressés de corriger la situation lorsqu'il a pris contact avec eux. Dans cette entrevue accordée au Magazine de l'OMPI, il raconte sa première expérience d'artiste, alors qu'il était enfant, et explique qu'Internet est devenu pour lui un outil indispensable qui lui permet d'être en contact avec le monde et d'élargir ses horizons commerciaux; il fait enfin quelques recommandations sans complaisance à l'intention des jeunes qui voudraient marcher sur ses traces.

Quand avez-vous commencé à dessiner? Quand avez-vous commencé à en vivre?

J'avais six ans quand j'ai fait mes premiers dessins. Environ un an plus tard, j'ai décidé de m'inscrire à un cours d'art par correspondance que j'avais vu à la télévision – c'est d'ailleurs drôle, car l'annonce passe encore aujourd'hui. J'ai fait le test demandé, puis j'ai attendu anxieusement les félicitations. Mais du haut de leur trône, les grandes pontes de l'art m'ont malheureusement informé que mon travail n'était pas suffisamment bon, et que je n'avais pas ce qu'il fallait pour être un artiste. À l'âge de sept ans, mon habileté n'était probablement pas à la mesure de mes rêves, mais cette réponse me décida à leur démontrer qu'ils avaient tort.

Étant d'une famille d'artistes – professionnels et amateurs –, j'ai eu la chance d'être entouré par des gens qui encourageaient ma créativité. Pour eux, il était évident que je ferais un jour carrière dans la création. Mon premier travail officiel m'a été confié par un parent, qui m'a demandé de produire une série d'illustrations à l'encre de Chine pour son imprimerie. Ce fut une expérience très précieuse, car elle me permettait de travailler directement avec un client alors que j'étais encore étudiant à l'école d'art. J'ai ensuite étoffé mon portfolio suffisamment pour obtenir un premier contrat sans être aidé par la famille ou les amis: dessiner des kiosques à installer dans des magasins et des centres commerciaux.



Pencil and marker, vers 1977-78. Le dessin sur lequel M. MacNeil avait fondé tous ses espoirs à l'âge de sept ans.

Comment gagnez-vous votre vie en tant qu'artiste?

Je travaille à plein temps dans un studio de conception et de mise au point de machines à sous non virtuelles, et j'ai aussi des contrats dans l'animation et les jeux vidéo. Autrement dit, je n'ai pas le temps de dormir. Mais je ne me plains pas, car c'est un travail que j'aime beaucoup.



En 19 ans, il m'a permis de toucher à peu près à tous les aspects de la création, quoique je sois surtout axé sur l'industrie du divertissement.

Maintenant, je me tourne surtout vers le marché de l'enfance, et si tout va bien, je serai publié un jour comme illustrateur et comme auteur. En attendant, je continuerai à ne pas dormir.

Où trouvez-vous votre inspiration ?

C'est ma fille qui me donne une très grande partie de mon inspiration et de ma motivation. Elle me permet de me comporter comme un enfant, et je trouve que cela apporte de la fraîcheur et de la vie dans mes idées.

J'ai toujours trouvé de l'inspiration chez d'autres artistes. Cela dit, je suis fermement convaincu que lorsqu'un artiste est trop "inspiré" par un autre, cela finit par se voir dans son travail, sans qu'il le veuille. Comme j'essaie d'éviter de tomber dans ce piège, il m'est difficile de nommer quelqu'un en particulier. Je dois dire que j'ai un penchant pour l'art d'animation et que je suis beaucoup, depuis quelque temps, les nouveaux artistes français.

Le droit d'auteur est-il important pour vous, et pourquoi ?

Bien sûr. Je pense qu'il est important, parce qu'il sert à reconnaître et à protéger les artistes. Le Copyright Act de 1976 a donné aux auteurs un certain sentiment de sécurité en ce qui concerne leurs œuvres. Mais le fait que cette loi ait été réintroduite avec une définition des œuvres orphelines* a rendu le droit d'auteur important – nécessaire – pour la protection de mes créations. Les artistes travaillent dur pour essayer de vivre de leur art. Je n'ai pas le droit d'entrer dans un magasin de meubles et d'y



Numérique. Depuis son lancement en 2006, le site de M. MacNeil a reçu plus de 100 000 visiteurs.

prendre un sofa parce que personne n'en revendique la propriété. Pourquoi quelqu'un aurait-il le droit de faire cela avec une œuvre que j'ai créée ?

Que pensez-vous des nouveaux médias comme Internet ?

J'adore Internet en tant qu'outil. Je vis dans l'Est des États-Unis d'Amérique, dans le New Jersey. Comme ce n'est pas

exactement un haut-lieu de l'industrie de l'animation et des jeux vidéo, Internet a eu un effet extraordinaire sur le développement de mon portfolio – même plus que tout ce que j'aurais pu espérer. Il m'a aussi permis de voir comment les gens réagissent à ma présence en ligne, et ainsi d'élargir mon audience démographique cible. Grâce à sa commodité, Internet a remplacé les annuaires sur papier et les annonces coûteuses qu'il fallait y acheter. Il semble que ce soit le support de choix pour se faire entendre. Si vous savez dessiner une présentation Web attrayante et la mettre en ligne sur un site commercial ou sur YouTube, vous pouvez toucher des millions de personnes. Et si vous faites preuve de constance et de professionnalisme, les occasions d'affaires sauront vous trouver.

Reste à savoir si Internet constitue aussi une menace suffisamment grave pour affecter mes résultats de fin d'année. Il faut de la vigilance pour préserver son actif, sa présence et ses relations professionnelles en ligne.



Numérique. M. MacNeil travaille dans une variété de styles qu'il sait combiner d'une manière harmonieuse.

Vos œuvres ont-elles déjà été utilisées sans votre autorisation ?

Ironiquement, c'est mon illustration d'un "troll des brevets" qui a été utilisée sans ma permission. J'ai pris contact avec les différents "contrevenants", et je leur ai demandé de retirer l'œuvre ou d'acquiescer les droits d'exploitation appropriés. Tous ceux que j'ai contactés ont coopéré ; ils ont retiré le dessin ou m'ont payé pour son utilisation. Oui, je dis bien "tous", car il y en avait plus qu'un.

J'ai éprouvé des sentiments contradictoires à voir mon travail exploité comme cela, à la fois positifs et négatifs.

Que mon dessin soit préféré à un certain nombre d'autres que l'on peut trouver en ligne, c'est flatteur. Mais en même temps, cela me dérange que quelqu'un pense qu'il peut simplement utiliser pour ses propres besoins et sans la moindre permission une image dans laquelle j'ai mis mon temps et mes efforts.

Où placeriez-vous la frontière entre inspiration et copie pure et simple?

Il devrait y avoir une limite à ne pas franchir, interdisant à un artiste de reprendre le travail d'un autre plus établi pour produire une œuvre similaire à un prix nettement inférieur. C'est une chose qui arrive souvent, parce que les gens qui commandent les œuvres encouragent et facilitent cette pratique. La seule solution, pour faire disparaître ou limiter ces situations, c'est d'éduquer ou d'informer les personnes qui perpétuent ce genre d'usage.

Avez-vous des recommandations pour les illustrateurs en herbe?

Préparez-vous à travailler dur, car la route pourrait être longue et ardue. Parfois, les choses se mettent en place très facilement, mais cela n'arrive qu'à un petit nombre d'aspirants illustrateurs; ce n'est malheureusement pas la norme.

En règle générale, l'évolution d'un illustrateur se fait lentement et graduellement, à mesure qu'il apprend à maîtriser sa technique et à s'occuper de l'aspect commercial de son métier, ce qui est souvent la partie la plus difficile. Les créatifs veulent créer. Ils ne veulent pas avoir à s'inquiéter de savoir si on les exploite, comment administrer leurs impôts, faire des budgets pour leur travail et leurs loisirs ou gérer leur temps et l'argent qu'ils gagnent – argent qui, malheureusement, n'arrive pas sur leur compte en banque d'une manière régulière.

Ce sont souvent ces facteurs qui déterminent la réussite ou l'échec d'un illustrateur. Une fois que vous aurez bien maîtrisé le côté commercial – vous y parviendrez –, il vous faudra apprendre à composer avec les critiques impitoyables dont fera l'objet ce travail dans lequel vous aurez mis tout votre cœur et toute votre âme, ainsi qu'avec une kyrielle de refus suffisamment interminable pour briser le moral le plus solide. Certains trouveront que cela fait beaucoup, et c'est effectivement le cas, mais celui qui peut dire que toute la paperasserie et toutes les difficultés n'ont aucune importance parce qu'il aime peindre, dessiner et créer... celui-là est bien équipé pour devenir illustrateur.

Ma recommandation à quiconque serait assez fou pour s'engager dans cette voie est d'entreprendre le voyage à tout petits pas. Pas besoin de vous lancer tout de suite dans quelque chose d'énorme; commencez modestement et trouvez votre propre voix artistique. L'illustration

est non seulement un métier pour lequel il faut être un artisan compétent, mais aussi un exercice d'humilité. L'illustrateur est souvent considéré comme un simple rouage dans une machine beaucoup plus importante, surtout lorsqu'il débute. Le respect et la reconnaissance viennent avec l'expérience; ne vous attendez pas à en bénéficier avant longtemps!

Un autre aspect important est la tentation, due à l'émergence du numérique, de passer directement à l'ordinateur sans avoir appris les fondements de l'art – ne faites pas ça! Apprenez d'abord à peindre et à dessiner. Les principes de base vous permettront de vous démarquer de la masse, et à long terme, votre travail sera beaucoup plus satisfaisant. Je travaille en numérique parce que c'est rapide, mais quand j'ai débuté, je n'avais jamais touché à un ordinateur. Je l'ai fait volontairement, parce que je tenais à apprendre les bases. On ne construit pas une maison sans une bonne fondation.

Numérique. M. MacNeil travaille principalement en numérique, mais c'est sa connaissance des principes de base – dessiner et peindre sur les supports traditionnels – qui distingue ses œuvres.



Quels sont vos sentiments à l'égard de votre travail?

J'aime ce que je fais. Et si j'aime, c'est que cela correspond à ma personnalité. Il n'y a pas beaucoup de métiers qui vous permettent de progresser et de vous améliorer constamment. Et il n'y a pas beaucoup de métiers qui vous permettent de travailler en pyjama! En fait, l'illustration et la création artistique en général sont à mon avis la meilleure manière de gagner sa vie.

C'est un métier sérieux, et il faut le traiter comme tel, mais on peut aussi en tirer beaucoup de plaisir. C'est très gratifiant de revoir vos œuvres en circulation, une fois qu'elles ont été imprimées. Souvent, j'entre dans un magasin, et c'est comme si mon portfolio était entré avec moi. Je suis payé pour créer; c'est ce que j'aime faire. Que pourrait-on demander de mieux!

SLOGANS EN TANT QUE MARQUES -

Pratique française et communautaire

concurrents, les entreprises déposent des marques de plus en plus créatives, allant des couleurs, formes, sons, images en mouvement, goûts ou odeurs spécifiques aux slogans. Dans ce nouvel article pour le Magazine de l'OMPI, **Franck Soutoul** et **Jean-Philippe Bresson**, du cabinet INLEX IP Expertise et reporters pour IP TALK, France, exposent quelques-unes des difficultés liées à l'enregistrement des marques slogans en Europe et en France.

"Parce que vous le valez bien"TM, "Just do it"TM, "Le contrat de confiance"TM... des slogans qui retiennent l'attention et sont parfois plus connus que les produits marqués eux-mêmes. Les slogans sont l'outil de marketing et de communication par excellence, qui doit faire mouche auprès des consommateurs en les incitant à se diriger vers tel ou tel produit ou service plutôt que vers tel autre.

Juridiquement, les slogans se situent toutefois à la croisée de plusieurs catégories de droits de propriété intellectuelle et suscitent énormément de problématiques. Quel est le meilleur moyen de protéger un slogan? Comment obtenir l'enregistrement d'un slogan à titre de marque, et si celui-ci est obtenu, comment est appréciée la similarité avec un autre slogan? Comment l'ajout d'un slogan à une marque verbale est-il perçu en matière de comparaison de signes? Quelles précautions faut-il prendre à l'égard d'un slogan créé par une agence de publicité?

Dans la mesure où les slogans sont des instruments de conquête des marchés impliquant des efforts créatifs, financiers et commerciaux, leur protection impose de choisir l'outil le plus approprié. Le droit des marques et le droit d'auteur peuvent faire d'un slogan un actif de propriété intellectuelle, tandis que le droit de la concurrence déloyale peut être utilisé à titre de

démarche défensive. Chacun de ces modes de protection comporte cependant une part de risque.

Protection par la marque

Les slogans forment une catégorie de signes à part, différents des marques. Ils peuvent en principe être protégés par le droit des marques, bien qu'ils ne figurent pas expressément parmi les signes susceptibles de constituer des marques. L'article L. 711-1 du code français de la propriété intellectuelle prévoit les "assemblages de mots", et l'article 4 du règlement n° 207/2009 sur la marque communautaire fait état d'une manière plus large des "mots". Les slogans doivent répondre aux mêmes exigences que toute autre marque, et notamment ne pas être génériques ou descriptifs des produits ou services visés et posséder un caractère distinctif propre.

L'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (OHMI) de l'Union européenne s'avère en pratique beaucoup plus strict pour apprécier la distinctivité des slogans que ne le sont l'office des marques et les tribunaux français. L'impression qui ressort de la jurisprudence communautaire est que la distinctivité des slogans est appréciée plus durement que pour des marques verbales classiques. Ont ainsi été refusés entre autres à l'enregistrement en 2008 et 2009 :

L'Oréal, parce que je le vau**x** bien

Le célèbre slogan "Because you're worth it" ("Parce que vous le valez bien") de L'Oréal a été enregistré en 1976 par l'USPTO et évolue depuis avec la clientèle de la société. "Because I'm worth it" et son pendant français "Parce que je le vau**x** bien" ont fait recette à la fin des années 90. En 2004, L'Oréal a commencé à cibler dans ses campagnes le marché croissant des cosmétiques pour hommes, avec le slogan "Because you're worth it too" ("Parce que vous le valez bien aussi"). En 2009, l'accroche a adopté la forme "Because we're worth it" ("Parce que nous le valons bien"), et pour les enfants, "Because we're worth it too" ("Parce que nous le valons bien nous aussi"). L'adoption du "nous" faisait suite à une étude psychologique de la base de clientèle de L'Oréal. Il semble que le "nous" favorise une plus forte adhésion du consommateur à la philosophie et au style de vie de L'Oréal, et se traduise par un accroissement de la valeur perçue des produits de la société, et donc une plus grande satisfaction de la clientèle.

L'Oréal a fêté son centenaire en 2009 et continue de se recréer avec des marques toujours plus fortes. Une simple recherche dans la base de données du système de Madrid fait apparaître 1892 enregistrements internationaux de marque au nom de L'Oréal. La société met également l'accent sur la recherche et le développement afin de rester à la fine pointe de l'industrie de la beauté et des cosmétiques. Elle serait le plus important titulaire de brevets de nanotechnologie aux États-Unis d'Amérique.

Protection des slogans - Le système de Madrid

Le système de Madrid concernant l'enregistrement international des marques est un mécanisme administré par l'OMPI, qui permet à un titulaire de marque d'obtenir la protection de cette dernière dans plusieurs pays en présentant une demande unique auprès de son office national. La protection dans chacun des pays désignés dans un enregistrement international est octroyée par l'office national concerné à la lumière de la législation applicable, y compris pour les marques composées de slogans.

Le système de Madrid permet l'enregistrement international de divers types de marques dont notamment celles composées de combinaisons de lettres ou de mots, ce qui inclut naturellement les slogans. Voici quelques exemples de slogans enregistrés selon le système de Madrid :

- "Have it your way", enregistré par Burger King pour les hamburgers, les sandwiches à la viande et au poisson, ainsi que d'autres produits de même ordre;
- "Chesterfield : Être absolument femme", enregistré par DIM, notamment pour la lingerie féminine;
- "We're talkin' serious", enregistré par Ford's Foods, Inc. pour les sauces en tout genre utilisées pour la cuisson ou avec des pommes-chips;
- "Style on skin", enregistré par Lacoste pour les vêtements, les chaussures et la chapellerie;
- "Longines l'élégance du temps depuis 1832", enregistré par Longines Watch Company pour l'horlogerie et les instruments chronométriques;
- "Passionate about creativity", enregistré par LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton pour divers vêtements et accessoires.



La marque "We're talkin' serious" fait l'objet d'un enregistrement international

- "Passion for wood" pour des matériaux de construction;
- "Leave an impression" pour des services de bars, de divertissement et de publicité;
- "Everywhere on earth" pour des services de transport;
- "Religieuse de Rêve" pour des pâtisseries;
- "Play for your country" pour des services d'organisation de tournois de golf;
- "Night of champions" notamment pour des services de divertissement.

Le raisonnement invariablement retenu par l'OHMI est que le public percevrait ces expressions comme des messages à caractère publicitaire visant à souligner les aspects positifs des biens et services plutôt que comme des signes permettant d'identifier lesdits biens et services eux-mêmes (ce qui est la fonction caractéristique d'une marque). L'OHMI fait cependant de rares exceptions, comme dans le cas du slogan "Play with nature"[™], accepté pour désigner les vêtements et les compléments alimentaires. La Cour de justice européenne a par ailleurs rendu en janvier un arrêt autorisant l'enregistrement du slogan "Vorsprung durch Technik" (Avance par la technique) de la société Audi, jugeant qu'il n'était pas nécessaire qu'un slogan

utilisé à titre de marque présente un "caractère de fantaisie" ou un "champ de tension conceptuelle qui aurait pour conséquence un effet de surprise et dont on pourrait de ce fait se rappeler".

L'office français est quant à lui plus souple en ce qui concerne l'enregistrement des slogans. Il a par exemple reconnu comme distinctifs et accepté comme marques les slogans suivants :

- "Le monde sans fil est à vous"[™] pour des services de téléphonie;
- "Quoi de plus naturel?"[™] pour des produits laitiers;
- "Vous avez le droit"[™] pour des magazines et produits de l'imprimerie.

Une protection facilitée par le biais du droit d'auteur

Même s'ils ne figurent pas parmi les créations susceptibles de constituer des œuvres de l'esprit (l'article L. 112-2 du code français de la propriété intellectuelle prévoit une liste non limitative à cet égard), les slogans sont protégeables en France par le droit d'auteur, à la condition qu'ils soient originaux. L'enregistrement à titre de marque du slogan "C'est trop d'la bulle" a par exemple été refusé à la société de gomme à mâcher



Wm. Wrigley Jr. parce qu'un droit d'auteur avait précédemment été reconnu sur ce dernier, au motif que "l'introduction de ce jeu de mots dans cette expression familière aux jeunes adolescents, particulièrement pertinente s'agissant d'un message destiné à ce public confère à ce slogan un caractère de nouveauté et d'originalité reflétant l'empreinte de la personnalité de son auteur."

Mais contrairement à la marque, dont la propriété est facile à identifier dans la mesure où elle découle du dépôt, le droit d'auteur appartient mécaniquement au créateur de l'œuvre, ce qui peut être problématique dans les cas où la création a été effectuée par le biais d'une agence de publicité. En France, la cession du droit d'auteur d'une agence à une entreprise doit se faire par un contrat respectant un certain formalisme en ce qui concerne notamment les droits cédés et la rémunération. Il s'agit là d'une démarche nécessaire afin de s'assurer une pérennité d'exploitation, d'être en position d'agir contre les tiers et de pouvoir déposer le slogan concerné à titre de marque. La société BuyCentral n'a par exemple pu être reconnue titulaire des droits sur le slogan "Comparez les doigts dans le net"™ que parce que la cession de ces derniers était stipulée dans le contrat qui la liait à l'agence Saatchi & Saatchi.

Actions en concurrence déloyale

Il est également possible, en France, de défendre ses droits sur un slogan par le biais d'une action en concurrence déloyale. Cela permet d'appliquer les règles de la responsabilité civile à un litige commercial, par exemple en démontrant que l'imitation d'un slogan publicitaire avait pour but de profiter des investissements d'un concurrent.

Air France KLM a pu ainsi agir efficacement sur ce fondement contre la société RyanAir. La Cour d'appel française a statué que le slogan "Faire du ciel l'endroit le moins cher de la terre" de RyanAir – reprise légèrement modifiée du slogan d'Air France "Faire du ciel le plus bel endroit de la terre"™ – était constitutif de concurrence déloyale parce qu'il reprenait en la dénaturant la phrase bien connue d'Air France, de sorte que RyanAir bénéficiait des importantes campagnes de publicité d'Air France.

Les trois modes de protection ci-dessus peuvent être invoqués conjointement en cas de litige. Le fait d'être

titulaire d'une marque n'empêche pas de se prévaloir également d'un droit d'auteur sur le slogan, ce qui peut par exemple se révéler utile lorsque la marque est annulée au cours du litige.

Appréciation du risque de confusion

La façon d'apprécier la similitude entre deux slogans n'est pas tout à fait la même que pour les marques verbales "classiques". Il est en effet très rare, voire exceptionnel que les slogans n'aient pas de signification intellectuelle; cette dernière aura donc plus d'impact que pour les autres signes.

L'appréciation de la similitude de deux marques composées de slogans dépend pour beaucoup de l'estimation du caractère distinctif desdits slogans. Plus le slogan antérieur sera considéré comme distinctif, et plus sa sphère de protection sera étendue. Ainsi, même si les différences entre les slogans sont grandes, le risque de confusion pourra tout de même être qualifié. Bien entendu, et comme le montrent les exemples suivants, le niveau de distinctivité (et donc de ressemblance possible entre deux slogans déposés comme marques) repose également sur l'instance saisie de l'affaire :

- l'office des marques français a considéré comme similaires "Bien dans ma vie"™ et "Bien dans ma maison", dans la mesure où la structure des phrases et l'image évoquée étaient comparables. Le slogan antérieur "Bien dans ma vie" a été jugé distinctif;
- les slogans "Manger bien pour vivre mieux"™ et "Bien se nourrir pour mieux vivre"™ pour les produits alimentaires ont été considérés comme différents, dans la mesure où le signe antérieur était doté d'un caractère distinctif faible et apparaissait comme un slogan promotionnel incitant le consommateur à adopter une bonne hygiène de vie.

Comme dans le cas des marques, cependant, plus le slogan est connu, et plus son pouvoir distinctif est important.

S'agissant de traduction de slogans, l'appréciation dépend en règle générale des territoires visés et du consommateur de référence. La Cour d'appel française a ainsi jugés similaires les termes "Skinbreakfast"™ et "Petit déjeuner de la peau", estimant que le consommateur français ferait le lien entre les deux. L'OHMI, en revanche, a considéré que le consommateur français

Examen des marques traditionnelles et non traditionnelles

Représentations en trois dimensions de la forme ou de l'emballage des produits, couleurs, séquences animées, sons ou odeurs servent de plus en plus couramment à distinguer les produits ou services dans les stratégies commerciales. L'OMPI s'est montrée réceptive face à ces développements; le Traité de Singapour sur le droit des marques, entré en vigueur le 16 mars 2009, établit un cadre multilatéral pour la définition de critères relatifs à la reproduction des marques hologrammes, de mouvement, de couleur ou de position ou des marques constituées de signes non visibles dans les demandes d'enregistrement et les registres de marques.

Suite à l'entrée en vigueur du Traité de Singapour, l'OMPI a créé en vertu de celui-ci un groupe de travail qui se réunira pour sa première session au mois d'avril afin de déterminer de manière plus précise les détails de la représentation des marques non traditionnelles. L'OMPI organise également des séminaires et des ateliers à l'intention des examinateurs chargés de l'examen de ce type de marques. Ainsi, des examinateurs principaux de 17 pays de la région Asie et Pacifique ont reçu dans le cadre d'un atelier de cinq jours tenu à Canberra (Australie) en octobre 2009 une formation avancée en matière d'examen de marques traditionnelles et non traditionnelles. Au nombre de 34, ces examinateurs ont également suivi un cours de remise à niveau portant sur les évolutions récentes du droit international des marques et ont pu échanger leurs vues et partager leurs expériences nationales d'administration des marques.

Organisé en collaboration avec IP Australia en réponse à un besoin croissant de renforcement des capacités dans la région Asie et Pacifique, l'atelier en question était le premier de ce type que l'OMPI y tenait. Les marques non traditionnelles sont utilisées plus fréquemment dans le commerce, car les entreprises recherchent des moyens novateurs de différencier leurs produits de ceux de leurs concurrents.

Les travaux en cours du Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques (SCT) de l'OMPI concernant les marques non traditionnelles, et notamment les domaines de convergence en matière de représentation des marques non traditionnelles, rendent ces ateliers pertinents et opportuns pour tous les offices de propriété intellectuelle.

et belge ne ferait pas l'amalgame entre les marques slogans "C'est prouvé. Clarins rend la vie plus belle"TM et "Douglas – makes life beautiful"TM, dans la mesure où seule une partie des consommateurs belges comprendront le sens de l'expression française.

Il faut toutefois savoir que si l'office français accepte plus facilement l'enregistrement de marques composées de slogans que l'OHMI, la portée de la protection juridique de ces marques reste limitée lorsqu'il s'agit de comparer deux marques dont l'une seulement comprend un slogan. L'office français a ainsi considéré comme similaires les marques suivantes :

- "Oui"TM et "Oh oui, oser d'autres plaisirs";
- SynergieTM et "SynergyGroup, le groupement de compétences", au motif que l'expression ajoutée "à un caractère secondaire et sera davantage perçue comme un slogan."

cessus de communication avec le consommateur. Ils résultent enfin d'investissements et d'efforts conséquents des entreprises pour diriger les consommateurs vers leurs produits. Ils forment ainsi une catégorie de signes spécifiques qui n'est pas sans rappeler la situation des marques tridimensionnelles.

Cette spécificité impose de se poser les bonnes questions au regard de la consistance du slogan en cause avant toute démarche de protection ou dans l'optique d'une action défensive. S'il n'y a pas de démarche idéale généralisable, les outils existants et leur maniement par les tribunaux et l'office français ainsi que par l'OHMI montrent les tendances qui se profilent et imposent une analyse au cas par cas afin d'adopter la stratégie la plus appropriée.

1 www.wipo.int/export/sites/www/sct/fr/meetings/pdf/wipo_strad_inf_3.pdf

À la croisée de plusieurs chemins

Les slogans ne désignent pas directement un produit ou un service, mais l'accompagnent commercialement en permettant au public de le rattacher à une entreprise déterminée. Ils sont aussi le premier élément du pro-

DE MEILLEURS DESSINS POUR DE MEILLEURS BREVETS

Bernadette Marshall, l'auteur de cet article, est président de la société NB Graphics & Associates, Inc. (www.nbgraphics.com). Mme Marshall dirige une équipe de création spécialisée dans l'élaboration de dessins pour les demandes d'enregistrement de dessins et modèles et de brevets d'utilité, ainsi que d'illustrations de marques. Son équipe et elle-même ont plus de 20 ans d'expérience, tant nationale qu'internationale.

“Une image vaut mille mots”. Ce vieil adage est certainement vrai dans le cas des dessins de brevet. Il est souvent plus facile, en effet, d'expliquer une invention à l'aide de dessins que par une pléthore de descriptions. Lorsqu'ils sont clairs et précis, les dessins renforcent et améliorent les demandes de brevet, en aidant les examinateurs surchargés de travail à comprendre plus rapidement les inventions.

Des images simples, claires et précises facilitent aussi l'instruction des juges en cas de contrefaçon de brevet, clarifiant souvent la revendication du titulaire et orientant la décision en sa faveur. Les dessins peuvent également avantager les titulaires de brevet dans la négociation de dommages-intérêts ou d'une transaction. Plus important encore, des dessins méticuleusement préparés rendant le brevet compréhensible et sans ambiguïté peuvent signifier que les contrefacteurs potentiels réfléchiront à deux fois avant de copier. Plus l'infraction est empêchée tôt, mieux c'est pour les titulaires de brevets.

Les déposants ne doivent pas sous-estimer l'importance des dessins dans leurs demandes de brevet. Les offices appliquent des critères spécifiques concernant les détails techniques des dessins qu'ils acceptent, mais il faut s'efforcer de faire davantage que simplement répondre à ces exigences. L'option la plus sûre pour les déposants est d'utiliser les services d'un dessinateur professionnel spécialisé dans les dessins techniques de brevets et bien informé sur les diverses exigences des offices.

Exigences techniques

De nombreux offices de brevet acceptent maintenant les dessins sur n'importe quel support, du papier au numérique, mais en matière de forme, de taille et de structure, leurs exigences varient. Par exemple, pour les dépôts sur papier, certains offices de brevet exigent qu'ils soient présentés sur des feuilles souples, alors que d'autres demandent du carton rigide. Au-delà du support lui-même, il peut aussi y avoir des différences significatives dans les prescriptions relatives aux dessins, par exemple en ce qui concerne les parties ombrées, les pointillés ou l'épaisseur du trait.

Les dessins doivent satisfaire aux exigences a) du pays où est déposée la demande de brevet, b) de l'Office des brevets et des marques des États-Unis d'Amérique (USPTO) pour les dépôts américains et c) du Traité de coopération en matière de brevets (PCT) pour les demandes internationales. Le PCT prévoit comment les dessins de brevets doivent être créés et soumis dans ses 142 États contractants.

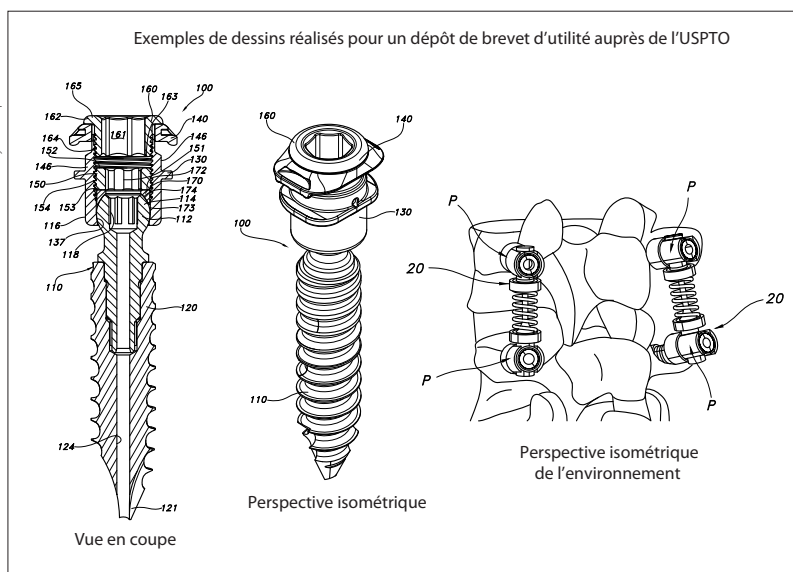
Certaines exigences sont communes à tous les offices de brevet : les dessins doivent être clairs, en noir et blanc et avec des lignes pleines noires. La principale différence entre les dessins pour l'USPTO et les dépôts devant le PCT, par exemple, est la taille du papier sur lequel les dessins peuvent être soumis. L'USPTO permet un papier de format lettre américain ou A4, tandis que le PCT accepte seulement le format A4. Les marges restent les mêmes, que les dépôts soient faits sur du papier A4 ou de format lettre américain.

Les règles du PCT

Dans les demandes de brevet déposées selon le PCT, les dessins ne sont exigés que lorsqu'ils sont nécessaires à l'intelligence de l'invention. Ce sera le cas pour une invention dans le domaine de la mécanique ou de l'électricité. Ce ne sera pas le cas lorsque l'invention ne peut pas être dessinée, par exemple lorsqu'il s'agit d'un produit chimique. Dans chacune des figures, des signes de référence ou des chiffres doivent être ajoutés aux différents éléments contenus dans les dessins et des explications correspondantes concernant leur fonction et leur fonctionnement doivent être fournies dans la description.

Brevets d'utilité

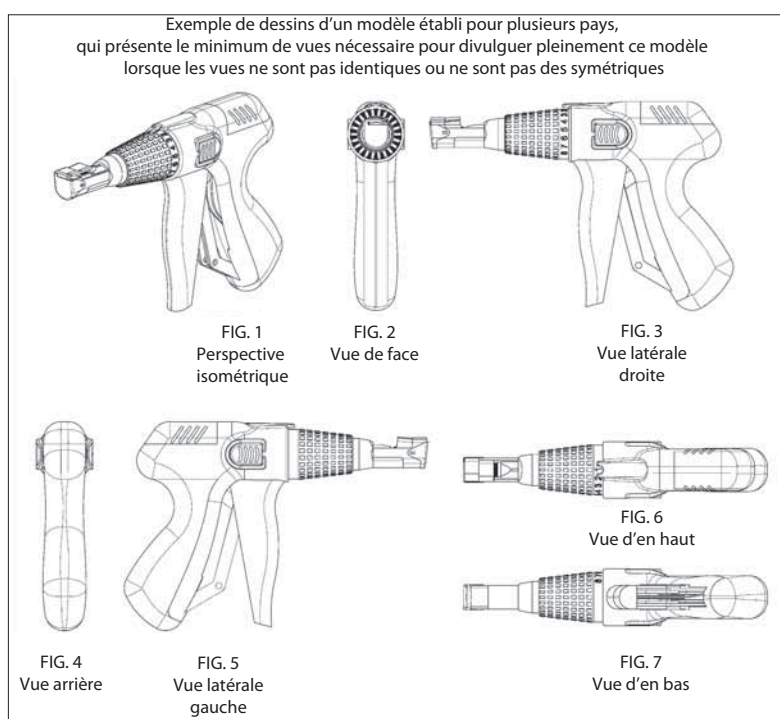
Les dessins des brevets d'utilité sont soumis à des conditions rigoureuses. Ils doivent être préparés à la bonne échelle, en veillant à ce que les lignes, les chiffres et les lettres soient “suffisamment denses et foncés et uniformément épais et bien délimités”, afin de ne pas nuire à leur “bonne reproduction”. Selon l'invention, des tableaux, des formules chimiques ou mathématiques, des sinusoides et des symboles peuvent également être utilisés.



Les dessins ou schémas sont généralement conçus pour correspondre aux revendications individuelles des brevets. Des vues spécifiques peuvent être utilisées pour illustrer un problème que l'invention permet de résoudre, un avantage particulier qu'elle offre ou un besoin qu'elle satisfait, décrivant de la sorte une nouvelle fonction ou la manière dont l'invention met en œuvre cette fonction. L'état de la technique peut être utilisé pour montrer un contraste ou différencier une nouvelle invention d'une autre plus ancienne ou, pour une nouvelle invention consistant en une amélioration d'un système existant, les dessins peuvent montrer la partie améliorée avec suffisamment de l'ancienne invention pour établir le lien.

Situer une invention dans son environnement peut la rendre plus facilement compréhensible, et les dessins eux-mêmes peuvent être agencés de manière à aider les lecteurs à mieux comprendre l'invention. Des vues planes ou aériennes, des perspectives, des projections isométriques, des coupes et des vues segmentées peuvent également être utilisées.

Plus l'invention est complexe et difficile à définir, plus les suggestions du dessinateur pour améliorer les dessins et présenter clairement l'invention seront précieuses. Si les dessins sont créés avant que la demande de brevet soit achevée, le déposant peut gagner du temps en élaborant la description détaillée du brevet à partir de la série de dessins.



Brevets de dessin ou modèle

Contrairement aux brevets d'utilité, les demandes de brevet de dessin ou modèle reposent entièrement sur les dessins. Selon les directives de l'USPTO, "la divulgation du dessin est l'élément le plus important de la demande", et les dessins des demandes de brevet de dessin ou modèle "constituent l'intégralité de la divulgation visuelle de la demande. Lorsque ces dessins sont correctement réalisés, "rien dans le dessin ou le modèle dont la protection est demandée n'est laissé au hasard".

La plupart des pays ont des règles analogues. Une différence notable, toutefois, est que l'USPTO exige que toutes les surfaces soient ombrées d'une manière appropriée et adéquate, qui "montre clairement le caractère et le contour de toute surface tridimensionnelle du dessin ou modèle concerné". Cette exigence fait apparaître les des-

sins des brevets de dessins et modèles de l'USPTO plus artistiques que ceux de la plupart des autres pays, qui relèvent davantage du dessin industriel ou technique (mais sans les dimensions), parce qu'ils ne comprennent pas d'ombrages ou de lignes discontinues. Les croquis de dessin ou de modèle avec ombrages de surface et pointillés sont acceptables en vertu du PCT.

La plupart des pays exigent un certain nombre de vues, matérialisées par un tracé noir et blanc, suffisant pour révéler totalement l'invention. Si le dessin ou modèle ne peut être représenté par un tracé, des photographies peuvent généralement être soumises à la place. Dans les cas où les photographies ne sont pas autorisées et où le demandeur est prié de fournir des dessins en noir et blanc conformes à la réglementation, le déposant ne sera pas autorisé à corriger les incohérences dans les dessins une fois ces derniers soumis, à moins que cela puisse être



fait sans ajouter d'éléments nouveaux. Rien ne peut être enlevé ou ajouté lors du remplacement de la figure. L'USPTO précise qu'«un dessin incomplet ou mal préparé peut entraîner une divulgation défectueuse, laquelle sera fatale à la délivrance du brevet».

Produire des photographies ou des dessins représentant des vues exactes pour un brevet de dessin ou modèle peut être difficile. Par exemple, chaque photographie ou dessin ne peut illustrer qu'un seul côté de l'invention. Pour un simple cube, par exemple, chaque photographie ou dessin doit seulement montrer un côté – pas un côté et une partie du haut ou d'un autre côté. Lorsque des photographies sont utilisées comme référence pour des dessins, toute déformation dans ces dernières doit être corrigée.

Dessins informels contre dessins détaillés

Lorsqu'un dépôt a été effectué avec des dessins informels et que ces derniers sont dupliqués, les copies sont de mauvaise qualité, car ce processus entraîne une perte d'intégrité et de détail. Si l'office des brevets exige que le déposant soumette des dessins détaillés, le seul document de référence existant est alors souvent une copie de qualité médiocre d'un dessin informel. Le dessinateur, qui ne dispose de rien d'autre, prend plus de temps pour exécuter les dessins détaillés, plusieurs révisions sont nécessaires, et tout cela augmente les frais du déposant.

Les brevets de dessins et modèles ne peuvent être corrigés qu'à la condition qu'aucun élément nouveau n'y soit introduit. Ainsi, les déposants qui soumettent des croquis informels avec des incohérences peuvent se retrouver dans une situation kafkaïenne, dans laquelle leurs dessins sont rejetés soit parce qu'ils sont incohérents, soit parce que des éléments nouveaux ont été ajoutés.

Trouver un bon dessinateur

Produire de bons dessins nécessite des compétences techniques et de la créativité. Il n'y a pas de permis spécial ou de diplôme universitaire pour le dessin de brevet. L'expérience du dessinateur, son activité, ses références professionnelles et sa pratique de la technologie sont de bons indices de compétence et de savoir-faire.

La plupart maîtrisent la conception assistée par ordinateur (CAO) et ont acquis une expérience sous la direction

de professionnels expérimentés. Les cabinets emploient souvent plusieurs dessinateurs, ce qui permet de disposer d'un large éventail de compétences ainsi que d'une variété de perspectives et d'approches. Pas de solution miracle pour l'expertise : elle doit être acquise par des années de pratique.

Dessins à l'ordinateur contre dessins à la main

Ce n'est pas la qualité de l'équipement mais le savoir-faire du dessinateur qui importe. Le traditionnel dessin à la main reste tout à fait acceptable, mais le procédé le plus économique est de partir de fichiers de conception et dessin assistés par ordinateur (CAO-DAO), ce qui permet au dessinateur de disposer d'une base pour réaliser ses dessins. Pour les articles qui ont déjà été fabriqués ou les prototypes, il y a de fortes chances pour que de tels fichiers CAO-DAO existent, car ils sont utilisés dans tous les procédés de fabrication modernes.

Lorsque ce n'est pas le cas, la création des dessins en CAO-DAO a ses avantages. Les données électroniques peuvent être archivées pour simplifier la modification ultérieure des dessins, les dessins peuvent être modifiés pour en créer de nouveaux, et les éléments en double dans les dessins peuvent être copiés et réutilisés au lieu de devoir être redessinés un par un à la main.

Choisir le meilleur

Les dessins d'une demande de brevet peuvent être acceptés dans un pays et rejetés dans un autre. Mais quel que soit le lieu du dépôt, les bons dessins font les bonnes demandes – et les bonnes défenses en cas de besoin. Une fois qu'il dispose de bons dessins, précis et clairs, le déposant n'a plus qu'une décision difficile à prendre : choisir le meilleur pour la page de couverture de sa demande.

CULTURES TRADITIONNELLES, peuples autochtones et institutions culturelles

istockphoto.com



Les musées, bibliothèques, services d'archives et autres institutions culturelles jouent un rôle inestimable dans la conservation et la mise à disposition des collections, et sont confrontés, ce faisant, à un certain nombre de questions de propriété intellectuelle, notamment dans un environnement numérique. Lorsque les collections concernent des éléments du patrimoine culturel ou des "expressions culturelles traditionnelles", ces questions sont souvent plus spécifiques et encore plus complexes.

Les peuples autochtones et les communautés traditionnelles se disent préoccupés par le fait que le processus de conservation des expressions culturelles traditionnelles – la fixation et la présentation d'un chant traditionnel ou d'un symbole tribal, par exemple – peut lui-même favoriser l'usage abusif ou l'appropriation illicite.

Le présent article illustre par un exemple fictif les questions de propriété intellectuelle soulevées par la protection du patrimoine culturel. Il s'inspire en partie d'une étude de cas tirée d'un ouvrage de Jane Anderson intitulé "Access and Control of Indigenous Knowledge in Libraries and Archives: Ownership and Future Use".

Visite à la communauté X

Dans les années 60, Mme Y, chercheur s'intéressant à l'étude des cultures traditionnelles et de leur symbolique, se rend dans la communauté X. Au cours de sa visite, elle filme et enregistre une importante cérémonie. Un aîné respecté, chef de la communauté X, figure dans ses enregistrements sonores et visuels. En tant qu'auteur de ces enregistrements, Mme Y. est titulaire des droits protégeant ces œuvres ainsi que des objets de droits connexes.

La cérémonie X peut être qualifiée d'expression culturelle traditionnelle. Selon le projet de dispositions relatives à la protection des expressions culturelles traditionnelles ou expressions du folklore, on entend par "expressions cultu-

relles traditionnelles" ou "expressions du folklore" toutes les formes, tangibles ou intangibles, d'expression ou de représentation de la culture et des savoirs traditionnels. Les expressions culturelles traditionnelles sont le produit d'une activité intellectuelle créative, qu'elle soit individuelle ou collective. Elles sont caractéristiques de l'identité culturelle et sociale et du patrimoine culturel d'une communauté et conservées, utilisées ou développées par cette communauté ou par des personnes qui, conformément au droit et aux pratiques coutumières de cette communauté, en ont le droit ou la responsabilité.

Les collections d'expressions culturelles traditionnelles conservées dans les institutions culturelles sont des témoins d'une valeur inestimable de l'histoire des communautés et de traditions anciennes qui font partie intégrante de l'identité et de la continuité sociale des peuples autochtones. Elles attestent l'histoire, les traditions, les valeurs et les croyances des communautés. Il arrive souvent que ceux qui recensent ces expressions culturelles traditionnelles soient des chercheurs extérieurs aux communautés. Dans de nombreux cas, les droits protégeant les films, enregistrements, photographies, etc., ainsi réalisés – tant les supports que leurs contenus – appartiennent à ces personnes, et non aux communautés. N'étant pas propriétaires des contenus, les communautés estiment souvent qu'elles ont perdu toute influence les concernant.

Une vingtaine d'années plus tard, le fils de l'aîné respecté, chef de la communauté X, compose une chanson au sujet de sa communauté, et décide de réaliser, pour l'accompagner, un clip vidéo montrant des images de son père. Les films de son père sont rares, mais il se souvient qu'une anthropologue était venue dans la communauté des années auparavant, et finit par trouver les enregistrements réalisés par cette dernière au centre d'archives de son pays. À sa demande, les archives envoient une copie de ces enregistrements à la communauté, sans s'informer

Lorsque les collections concernent des éléments du patrimoine culturel, les musées sont souvent confrontés à des questions de propriété intellectuelle complexes.



de l'utilisation qui en sera faite. Le fils du chef intègre dans son propre clip une scène de la cérémonie filmée dans les années 60.

A-t-il été porté atteinte au droit d'auteur? Vu que personne n'a demandé à Mme Y. l'autorisation d'insérer dans un vidéoclip des extraits de son enregistrement protégé, c'est presque certain. Bien sûr, le fils du chef et l'archiviste qui a fourni les extraits de film ne se rendaient pas compte qu'il était illicite de faire une copie de l'enregistrement et de l'utiliser dans un clip vidéo. Ce dernier ayant été réalisé pour accompagner une chanson destinée à être commercialisée, il est peu probable, malgré l'objectif culturel sous-jacent, qu'une exception ou limitation au droit d'auteur puisse s'appliquer dans ce cas.

Le film original de la cérémonie des années 60 est important pour la communauté, qui a même l'intention de le numériser et de le mettre en ligne sur son site Web. Ce film est destiné à être un outil éducatif pour les générations futures de la communauté. Mme Y., la titulaire du droit d'auteur, a toutefois des idées bien arrêtées en ce qui concerne les destinataires des éléments et ceux qui peuvent y avoir accès. Elle gère ses droits d'une manière rigoureuse et exerce un contrôle inflexible sur ses enregistrements.

Tout cela conduit à des relations tendues entre la communauté et Mme Y. ainsi que le centre d'archives qui détient les films et enregistrements originaux. Quelle forme devraient prendre les négociations entre la communauté, Mme Y. et le centre d'archives dans une telle situation? Comment peut-on s'y prendre pour concilier des droits et des intérêts apparemment aussi conflictuels?

Les peuples autochtones et les communautés traditionnelles tiennent à avoir accès à tous les éléments relatifs à leur culture, de manière à ce que ceux-ci puissent être réinterprétés et acquérir une signification nouvelle. Le processus de création de cette nouvelle signification est toutefois susceptible de porter atteinte aux droits d'auteur protégeant ces éléments. Dans ces conditions, qui devrait être autorisé à prendre des décisions concernant les films et enregistrements en question? L'anthropologue? La communauté? Le centre d'archives?

Les titulaires de droit d'auteur peuvent exploiter leurs œuvres comme ils l'entendent dans les limites de la loi, et interdire aux tiers de les utiliser sans leur consentement. Ils disposent du droit exclusif d'autoriser leur exploitation par des tiers, sous réserve des droits et intérêts légitimes de ces derniers, lesquels sont souvent ancrés dans les exceptions et limitations au droit d'auteur. L'exploitation par les peuples autochtones et les communautés traditionnelles peut toutefois sortir du cadre des exceptions et limitations au droit d'auteur.

De plus en plus, les peuples autochtones et les communautés traditionnelles souhaitent prendre davantage une

part directe à l'enregistrement, à la présentation et à la représentation au public de leur propre culture. Ils aspirent aussi à la propriété des éléments du patrimoine culturel détenus par les institutions culturelles, ainsi qu'à en avoir la pleine disposition. Afin de répondre à ces besoins, l'OMPI offre dans le cadre de son Projet relatif au patrimoine créatif une formation pratique au recensement, à l'enregistrement et à la numérisation du patrimoine culturel intangible, à l'intention des communautés autochtones et locales ainsi que du personnel des musées des pays en développement. Ce programme est proposé en partenariat avec l'American Folklife Center de la Bibliothèque du Congrès et le Center for Documentary Studies aux États-Unis d'Amérique. Il permet d'acquérir les techniques documentaires et les compétences d'archivage nécessaires à une conservation du patrimoine culturel efficace et axée sur la communauté, ainsi qu'une formation à la propriété intellectuelle et un ensemble de matériel audiovisuel de base fourni par l'OMPI. Un projet pilote avec la communauté massai du Kenya a été mené avec succès (voir "Renforcement des capacités – Propriété intellectuelle et savoirs traditionnels, Magazine de l'OMPI n° 5/2009).

Des années après, un couple de musiciens passionnés de "musique du monde" se rend au centre d'archives pour y trouver de la musique traditionnelle de la communauté X. Après avoir écouté un très grand nombre d'enregistrements, ils demandent des copies numériques de quelques pièces particulièrement intéressantes. Le centre d'archives, qui a pour mandat de faciliter l'accès du public à sa précieuse collection de musique de X., leur remet ces copies. Les enregistrements en question étant entrés dans le domaine public, ils sont libres de droits.

Quelques mois plus tard, un employé du centre d'archives qui est aussi membre de la communauté X., se rend à la discothèque locale où il est horrifié d'entendre, amalgamé à un morceau de musique de danse techno, un chant traditionnel X. Indigné, il rappelle le couple qui a pris des échantillons de la collection : les ventes du disque issues de ce "remixage" ont certainement rapporté beaucoup d'argent, et personne n'a demandé l'autorisation de la communauté ou du centre d'archives. Il sait qu'aucun versement de redevances n'a été effectué et doute que le nom de la communauté X. soit même mentionné sur le disque.

Aux limites du cadre de la propriété intellectuelle

Les différentes étapes de l'important travail de protection et de préservation du patrimoine culturel (enregistrement, fixation, numérisation, diffusion, mise en circulation et publication) ne tiennent pas toujours compte adéquatement des droits et intérêts des communautés sources. Des expressions culturelles traditionnelles risquent ainsi d'être mises à la libre disposition des tiers, et cela d'une manière involontaire et contraire aux souhaits de la communauté source concernée. Il peut en résulter, par

Négociations internationales sur la protection des expressions culturelles traditionnelles

Des négociations sur la protection des expressions culturelles traditionnelles sont en cours au niveau international, au sein du Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux ressources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore (IGC)². Le Projet relatif au patrimoine créatif est un complément pratique de ces négociations.

Des projets de dispositions³ sur la protection *sui generis* des savoirs traditionnels et des expressions culturelles traditionnelles sont en cours de négociation. Ces dispositions visent notamment à répondre aux besoins de sauvegarde des expressions culturelles traditionnelles ainsi qu'aux aspects de propriété intellectuelle spécifiques à leur enregistrement et fixation. L'une d'elles prévoit par exemple que les mesures de protection des expressions culturelles traditionnelles ne s'appliqueraient pas à la fabrication d'enregistrements et d'autres reproductions d'expressions culturelles traditionnelles aux fins de les inclure dans des archives ou un inventaire visant à protéger le patrimoine culturel non commercial⁴.

En septembre 2009, les États membres de l'OMPI ont renouvelé le mandat du comité intergouvernemental et adopté un plan de travail et un cadre de référence clairement définis afin d'orienter ses travaux au cours des deux prochaines années. Les États sont convenus que l'IGC tiendrait des négociations sur la base d'un texte, en vue de parvenir à un accord sur le texte d'un ou plusieurs instruments juridiques internationaux assurant la protection effective des ressources génétiques, des savoirs traditionnels et des expressions culturelles traditionnelles.

exemple, que des éléments culturellement sensibles fassent l'objet d'une exploitation commerciale par des tiers.

Une collection se trouvant dans une institution culturelle peut contenir des éléments sacrés ou confidentiels dont des règles coutumières limitent l'utilisation. Les régimes de propriété intellectuelle permettent parfois d'utiliser des expressions culturelles traditionnelles sacrées, spirituelles ou autrement significatives d'un point de vue culturel d'une manière considérée comme inappropriée par la communauté qui les a créées.

Le droit classique de la propriété intellectuelle considère souvent que les expressions culturelles traditionnelles appartiennent au domaine public (voir "Archives et musées – Équilibre entre protection et conservation du patrimoine culturel", Magazine de l'OMPI n° 5/2005). Des intérêts plus larges peuvent toutefois y être encore attachés, par exemple dans le cas d'un chant traditionnel, et donc imposer certaines précautions.

Un rôle pour la propriété intellectuelle

Comme le montre l'exemple ci-dessus, l'acquisition, la conservation, l'exposition, la communication et la réutilisation des éléments de collections d'expressions culturelles traditionnelles soulèvent des questions délicates, complexes et bien particulières. Qui est propriétaire de ces collections? Qui a droit de regard sur leur contenu? Qui est titulaire des droits de propriété intellectuelle s'y rattachant? Qui peut y avoir accès et comment doit-on les gérer et les utiliser? La liste est interminable.

Les réponses, en revanche, tiennent souvent en deux simples mots : propriété intellectuelle. Chacun des éléments d'une collection d'expressions culturelles traditionnelles a un "statut" de propriété intellectuelle, en vertu

duquel il peut être protégé ou non. La gestion de l'accès à cette collection et de son utilisation fait donc inévitablement intervenir le droit de la propriété intellectuelle, ainsi que la politique et la pratique en cette matière.

Les institutions culturelles se situent à un point de rencontre entre les détenteurs des traditions et le public. Leurs activités les placent chaque jour dans une situation exceptionnelle consistant, d'une part, à permettre au public d'accéder au patrimoine culturel, de l'utiliser et de le recréer et, de l'autre, à protéger les expressions culturelles traditionnelles ainsi que les droits et intérêts de leurs détenteurs.

De nombreuses institutions et communautés ont mis au point des politiques générales et des pratiques de propriété intellectuelle en matière de préservation, d'accès, de titularité et de surveillance du patrimoine culturel. Ces stratégies, qui portent souvent sur des questions "éthiques" dépassant le cadre de la propriété intellectuelle classique, sont axées sur la modification des comportements, l'établissement de confiance et l'adaptation des modes de conduite.

L'OMPI élabore dans le cadre de son Projet relatif au patrimoine créatif¹ des ressources pour la gestion stratégique des droits de propriété intellectuelle et des intérêts par les institutions culturelles, visant à assurer la conservation et la protection du patrimoine culturel. Ces ressources comprennent par exemple des enquêtes sur les expériences de propriété intellectuelle relatives aux pratiques d'archivage des institutions et des communautés autochtones et locales, une base de données consultable de codes, politiques et pratiques, et un projet de publication sur la gestion de la propriété intellectuelle et les expressions culturelles traditionnelles, à l'intention des musées, archives et bibliothèques.

1 Pour plus de renseignements, voir www.wipo.int/tk/fr/folklore/culturalheritage/

2 Pour plus de renseignements au sujet de l'IGC, voir www.wipo.int/tk/fr/igc/

3 Les projets de dispositions peuvent être consultés à l'adresse www.wipo.int/tk/fr/consultations/draft_provisions/draft_provisions.html

4 Voir Projets de dispositions révisés, article 5.a)iii).

PATRIMOINE CULTUREL DANS LE MONDE NUMÉRIQUE

M. Jaime de Mendoza Fernández, chef du service du droit d'auteur du Ministère espagnol de la culture, revient ici pour le Magazine de l'OMPI sur les principaux points abordés au cours d'une conférence organisée conjointement à Madrid par l'OMPI et le Gouvernement espagnol.

Dans tous les pays du monde, les peuples ont un riche patrimoine culturel qui mérite d'être découvert, apprécié et pris en exemple, bref, diffusé dans l'intérêt général. Mais en même temps, cette culture doit être préservée pour les générations futures. Les travaux de la conférence de l'OMPI sur la propriété intellectuelle et le patrimoine culturel dans le monde numérique, organisée conjointement avec le Ministère espagnol de la culture, avaient pour thème l'établissement d'un équilibre entre les droits de propriété intellectuelle et le droit du public à accéder à la culture.

Cette conférence réunissait des représentants d'institutions culturelles diverses, telles que services d'archives, bibliothèques et musées. Longtemps perçues comme des lieux hermétiquement clos, gardiens de trésors du patrimoine culturel mondial auxquels n'avaient accès que de rares privilégiés, les institutions culturelles sont

devenues des moteurs de la culture et appliquent désormais une politique de portes ouvertes. Elles ont exposé à l'occasion de la conférence l'optique très particulière qui est la leur, en tant que

dépositaires d'un patrimoine culturel qu'elles ont l'obligation et la responsabilité de protéger tout en le mettant à la disposition du public.

Changement de perspective

Les représentants de divers organismes culturels ont donné un aperçu des enjeux et opportunités liés à la nouvelle politique de diffusion de la culture dans le monde numérique. Sans le moindre doute, l'un des obstacles qu'il sera essentiel de surmonter sera celui constitué par la recherche d'un équilibre entre la diffusion des collections et la nécessité de protéger les droits de propriété intellectuelle.

Les représentants des plus importantes institutions culturelles d'Espagne, dont notamment le Musée national du Prado et la Bibliothèque nationale, sont tombés d'accord avec leurs homologues d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Amérique latine sur le fait que les droits de propriété intellectuelle constituent des actifs d'une importance

grandissante, tant d'un point de vue culturel qu'économique. L'utilisation de la valeur ajoutée des droits de propriété intellectuelle à des fins de création de revenus a longtemps été considérée, en Europe continentale, comme incompatible avec la principale raison d'être des institutions culturelles publiques; elle est cependant perçue aujourd'hui d'une manière plus positive. La propriété intellectuelle offre aux institutions culturelles le moyen de s'assurer des revenus importants, leur permettant de progresser sur la voie de l'autofinancement.

Gérer les droits de propriété intellectuelle

Les institutions culturelles sont généreuses dans la mise à disposition des collections dont elles ont la responsabilité. Elles appellent cependant à un assouplissement des restrictions qui s'appliquent actuellement en matière de propriété intellectuelle, afin de pouvoir poursuivre leur travail de conservation du patrimoine culturel. La principale difficulté qu'elles rencontrent est la gestion des droits de propriété intellectuelle relatifs à leurs collections. L'absence de "guichet unique" pour les communications avec les organismes de gestion des droits, le manque de clarté entourant le domaine public et les difficultés liées à la gestion des œuvres dites "orphelines" (dont les titulaires de droits sont inconnus ou impossibles à joindre) sont parmi les sujets les plus vivement débattus au cours de la conférence.

Les solutions offertes par le cadre juridique actuel en ce qui concerne les œuvres orphelines, par exemple, ne répondent pas aux besoins des institutions culturelles. Ces dernières demandent donc que les règles existantes soient élargies de manière à ce qu'il leur soit permis d'utiliser ces œuvres dans certains cas, par exemple au profit des personnes handicapées ou à des fins éducatives.

Les participants sont convenus qu'il était essentiel, afin de mieux répondre à ces défis, d'instaurer un dialogue constructif entre les institutions culturelles, les industries de contenu et les fournisseurs de services de technologies de l'information. Tant l'OMPI que le Ministère espagnol de la culture ont un rôle fondamental à jouer dans l'établissement d'un climat de plus grande certitude juridique pour toutes les parties prenantes, et cela en favorisant l'harmonisation normative au niveau international.

iStockphoto.com



Le Musée national du Prado, à Madrid

L'ACTUALITÉ EN BREF

Le ralentissement économique mondial frappe les services d'enregistrement et de dépôt de l'OMPI

Les dépôts de demandes d'enregistrement international de marques selon le système de Madrid ont connu par suite du ralentissement mondial de l'activité économique une baisse de 16% en 2009, tandis que les demandes de brevet en vertu du Traité de coopération en matière de brevets (PCT) diminuaient de 4,5%. L'OMPI a reçu 35 195 demandes internationales dans le cadre du système de Madrid, qui compte 84 membres, contre 42 075 en 2008. Du côté du PCT, dont les parties contractantes sont au nombre de 142, les données préliminaires font état de 155 900 dépôts de demandes internationales de brevet en 2009 contre près de 164 000 en 2008.

En ce qui concerne les enregistrements internationaux de marques, les premiers signes de ralentissement se sont manifestés dès 2008, de sorte que les chiffres de 2009 n'étaient pas complètement inattendus. Les enregistrements de marques témoignent de l'introduction de nouveaux produits et services sur le marché et sont sensibles aux cycles économiques.

La diminution relativement moindre (-1,2%) des renouvellements d'enregistrements internationaux de marques par rapport à 2008 confirme la valeur des marques connues à une époque où les consommateurs choisissent des produits qui ont fait leurs preuves. En 2009, on a compté 19 234 renouvellements d'enregistrements internationaux de marques.

"Le déclin du nombre de dépôts selon le PCT n'est pas aussi prononcé qu'initialement prévu; les résultats de l'année dernière nous ramènent tout juste au-dessous des niveaux de 2007, année où l'on avait enregistré 159 886 dépôts de demandes internationales", a déclaré le directeur général de l'OMPI, M. Francis Gurry. "Il est intéressant de constater que le taux de diminution des dépôts internationaux est plus faible que celui des dépôts nationaux dans certains pays. Cela montre qu'il est commercialement intéressant, quelle que soit la situation économique, de continuer de protéger des technologies prometteuses au niveau international."

Dans un certain nombre de pays d'Asie de l'Est, les dépôts des demandes internationales ont poursuivi leur progression en dépit des difficultés liées à la situation économique mondiale. Le Japon, qui est le deuxième utilisateur du PCT, a enregistré une progression de 3,6% avec 29 827 demandes déposées, alors que la République de Corée, classée au quatrième rang des utilisateurs du système, a enregistré un taux de progression de 2,1%, avec 8 066 demandes. La Chine a quant à elle accédé au cinquième rang des utilisateurs du PCT, avec un taux de progression de 29,7% pour quelque 7946 demandes internationales.

Des augmentations ont également été constatées parmi les principaux utilisateurs du système de Madrid, en particulier l'Union européenne (3,1%) et le Japon (2,7%), ainsi que la République de Corée (33,9%), Singapour (20,5%), la Croatie (17,5%) et la Hongrie (14,5%). ■

Les accessoires de cinéma sont des dessins industriels, pas des œuvres d'art

La Haute cour britannique a confirmé au mois de décembre la décision d'une juridiction inférieure selon laquelle des accessoires dessinés par M. Andrew Ainsworth en 1976 pour les films "La guerre des étoiles" étaient des dessins industriels bénéficiant au Royaume-Uni d'une durée de protection de 15 ans, et non des œuvres d'art protégées pendant 70 ans par le droit d'auteur.

L'action avait été engagée en 2005 par la société Lucasfilm, après que M. Ainsworth eut établi un site Web commercialisant des répliques réalisées à partir de moules originaux qu'il avait créés pour des accessoires du premier film de la série "La guerre des étoiles". M. Ainsworth n'a pas contesté les prétentions de Lucasfilm aux États-Unis d'Amérique, où il n'avait vendu que 19 modèles. Un tribunal californien l'a donc

condamné par défaut à verser à la partie adverse les 20 millions de dollars É.-U. de dommages et intérêts qu'elle réclamait. En revanche, M. Ainsworth ne pouvait pas ignorer la procédure intentée au Royaume-Uni, pays d'exercice de ses activités commerciales.

Le 16 décembre 2009, les juges Rix, Jacob et Patten de la Haute Cour ont confirmé la décision du tribunal de premier degré, à savoir que les modèles concernés n'étaient pas des sculptures – et ne pouvaient donc pas bénéficier de la protection du droit d'auteur dont la durée s'étend jusqu'à 70 ans après la mort de l'auteur –, mais des dessins industriels. Le pourvoi de la société Lucasfilm a été rejeté. Lucasfilm a l'intention de porter l'affaire devant la Cour suprême du Royaume-Uni. ■

COURRIER DES LECTEURS

Les lettres et observations 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. Les lettres 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 abrégé les lettres, ainsi que d'en publier seulement des extraits. Les auteurs sont consultés si des modifications importantes sont nécessaires.

Premiers enregistrements de marques olfactives en Argentine

Juan Martin Aulmann et
Daniel R. Zuccherino,
Obligado & Cia, Buenos
Aires, Argentine

Suite à la publication de l'article "Odeurs, sons et goûts – Des marques chargées de sens" (n° 1/2009), les lecteurs du Magazine de l'OMPI seront peut-être intéressés d'apprendre que l'Argentine vient d'accorder ses premiers enregistrements de marques olfactives.

La loi sur les marques de l'Argentine ne prévoit pas expressément l'enregistrement des marques dites olfactives – fragrances, odeurs ou senteurs. Des déposants ont toutefois déposé des demandes d'enregistrement de marque visant à obtenir des droits d'exclusivité sur des senteurs distinctives appliquées aux récipients contenant leurs produits. Une interprétation large de la loi sur les marques est permise en Argentine en matière d'enregistrement des signes distinctifs, et un grand nombre d'auteurs juridiques y sont favorables à l'enregistrement des signes olfactifs.

Les déposants en question sont finalement parvenus à leurs fins, puisqu'en janvier 2009, l'Institut national de la propriété industrielle de l'Argentine (INPI) a enregistré ses premières marques olfactives (n° 2270653/54/55/56 à 2270657) au nom de la société L'Oréal (en classe 3 de la Classification de Nice). Chacune de ces marques "comprend une fragrance de... [nom d'un fruit différent dans chaque cas]... appliquée à des récipients..."

Il est fondamental de noter que si les demandes d'enregistrement de marque avaient porté sur des produits plutôt que des récipients, la décision de l'INPI n'aurait certainement pas été la même. Les fragrances de produits seraient en effet considérées dans de nombreux cas comme relevant du domaine public – par exemple si les produits ont une senteur de fraise, framboise, pêche, menthe, etc.

Les demandes d'enregistrement de marques olfactives de la société L'Oréal remontaient à plusieurs années, mais s'étaient heurtées à l'opposition d'un tiers lors de leur publication par l'INPI. L'Oréal avait engagé une action visant à faire retirer l'opposition. Le tribunal a souligné dans sa décision que la législation argentine sur les marques ne prévoyait pas d'"exigences de fond" selon lesquelles les signes ne peuvent être enregistrés que s'ils sont "perceptibles visuellement" ou susceptibles d'être "représentés graphiquement". Il a donc notifié le retrait de l'opposition à l'INPI qui, après avoir apprécié le caractère distinctif des marques, a procédé à leur enregistrement.

Les marques de L'Oréal sont encore à ce jour les seules marques olfactives à figurer au registre des marques de l'Argentine. ■

Les New Kids ... "bloquent" une marque communautaire

Franck Soutoul et Jean-
Philippe Bresson, INLEX IP
Expertise, Paris, France,
www.inlex.com,
www.iptalk.eu
www.iptalk.eu

Dans un précédent numéro du Magazine de l'OMPI (6/2009), l'article "Ce que vous ne savez pas sur les marques" expliquait ce qu'il faut faire pour maintenir une marque en bonne santé. Une solution simple consiste à éviter d'être déchu de ses droits sur sa marque afin de ne pas risquer de voir ensuite un tiers la déposer de nouveau à son propre nom pour profiter de sa réputation, comme cela est arrivé à un certain nombre de groupes musicaux connus. Dans le cas ci-dessous, il aurait été beaucoup plus facile pour les

"New Kids On The Block" d'entretenir leur marque que d'engager une action en nullité.

Les noms des groupes de musique rock et pop sont très présents dans les conversations des jeunes des écoles et les forums de discussion en ligne, mais aussi dans les procédures de justice. Que l'on qualifie ces dernières d'opportunistes ou de publicitaires, le nom d'un groupe reste dans notre société un outil fédérateur, générateur de ventes et capable de susciter la

Calendrier des réunions

vénération et les courriers des admirateurs longtemps après la séparation des musiciens. Après la bataille d'Ozzy Osbourne à la mi-2009 à propos du nom "Black Sabbath", ce sont les "New Kids On The Block" qui ont fait les manchettes au mois de décembre dernier.

La société *SM Productions Partnership* avait en effet déposé en 2005 le nom "New Kids On The Block" comme marque communautaire pour des enregistrements vidéo, des disques compacts, des services de divertissement en direct, l'organisation d'un club d'admirateurs et la publication d'imprimés. Les initiales SM étaient celles de Richard Scott et Denny Marte.

Un peu d'histoire : le groupe "New Kids On The Block" a été formé en 1984 à Boston par Maurice Starr. La gestion des affaires du groupe (concerts, produits dérivés et protection du nom et du logo par des marques) avait été confiée à *Big Step Production*, détenue à 60% par Maurice Star et pour le reste par... Richard Scott, le même que celui de *SM Productions*. À l'arrêt du groupe en 1992, Richard Scott continua à percevoir les redevances issues des enregistrements et des produits dérivés, et *Big Step Production* transféra tous les droits sur le nom et le logo aux cinq membres du groupe.

Revenons au présent. En 2008, donc trois ans après le dépôt de la marque communautaire par *SM Productions*, les membres originels du *boy band* – Daniel Wood, Donald Wahlberg, Jonathan Knight, Jordan Knight et Joseph McIntyre – **demandèrent administrativement** la nullité de cette marque. Les motifs invoqués étaient notamment la mauvaise foi liée au dépôt. L'implication de Richard Scott dans l'industrie du disque, sa participation aux sociétés *Big Step Production* et *SM Productions Partnership*, l'expiration des marques du groupe alors que celui-ci bénéficiait d'une reconnaissance du public et d'un potentiel économique phénoménal ont conduit l'OHMI à prononcer la nullité de la marque communautaire en décembre 2009.

La marque n'a pas pu être transférée aux cinq anciens membres du groupe, dans la mesure où la demande introduite devant l'OHMI sur la base de la mauvaise foi était une procédure administrative permettant seulement d'obtenir la nullité. Seule une action judiciaire au niveau national aurait permis d'envisager un transfert de droits sur ce même fondement.

26-30 AVRIL ■ GENÈVE

■ **Comite du developpement et de la propriete intellectuelle de l'OMPI (5^e session)**

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

3-7 MAI ■ GENÈVE

■ **Comite intergouvernemental de la propriete intellectuelle relative aux ressources genetiques, aux savoirs traditionnels et au folklore de l'OMPI (16^e session)**

Invitations: en qualité de membres, les États membres de l'OMPI et des unions de Paris ou de Berne et la Communauté européenne; en qualité d'observateurs, d'autres États; en qualité d'observatrices permanentes et d'organisations ayant le statut d'observateur *ad hoc*, certaines organisations.

21-25 JUIN ■ GENÈVE

■ **Comite permanent de l'OMPI sur le droit d'auteur et les droits d'auteur (20^e session)**

Invitations: en qualité de membres, les États membres de l'OMPI ou de l'Union de Berne et la Communauté européenne; en qualité d'observatrices permanentes et d'organisations ayant le statut d'observateur *ad hoc*, certaines organisations.

1-3 SEPTEMBRE ■ GENÈVE

■ **Comite du programme et budget de l'OMPI (15^e session)**

Invitations: tous les États membres du Comité du programme et budget de l'OMPI sont invités à se faire représenter à cette session du comité du programme et budget. Tous les autres États membres de l'OMPI sont invités à se faire représenter à cette réunion en qualité d'observateurs.

20-29 SEPTEMBRE ■ GENÈVE

■ **Assemblée generale de l'OMPI (39^e session)**

Invitations: en qualité de membres ou d'observateurs (selon l'assemblée ou l'organe considéré), les États membres de l'OMPI; en qualité d'observateurs, d'autres États; en qualité d'observatrices permanentes et d'organisations ayant le statut d'observateur *ad hoc*, certaines organisations.

4-8 OCTOBRE ■ GENÈVE

■ **Comite permanent du droit des marques, des dessins et modeles industriels et des indications geographiques (24^e session)**

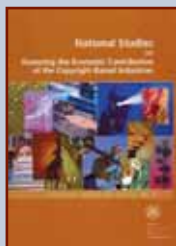
Invitations: en qualité de membres, les États membres de l'OMPI ou de l'Union de Paris et la Communauté européenne; en qualité d'observateurs, d'autres États; en qualité d'observatrices permanentes et d'organisations ayant le statut d'observateur *ad hoc*, certaines organisations.

11-15 OCTOBRE ■ GENÈVE

■ **Comite permanent du droit des brevets de l'OMPI (15^e session)**

Invitations: en qualité de membres, les États membres de l'OMPI ou de l'Union de Paris; en qualité d'observateurs, d'autres États; en qualité d'observatrices permanentes et d'organisations ayant le statut d'observateur *ad hoc*, certaines organisations.

NOUVEAUX PRODUITS



National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries - Creative Series No. 3

Anglais n° 1017E

95 francs suisses (port et expédition non compris)



Traité de Singapour sur le droit des marques, Règlement d'exécution du Traité de Singapour sur le droit des marques

Et Résolution de la conférence diplomatique complétant le Traité de Singapour sur le droit des marques et son règlement d'exécution, faits à Singapour le 27 mars 2006

Chinois n° 259C

20 francs suisses (port et expédition non compris)



Traité de coopération en matière de brevets (PCT) et Règlement d'exécution du PCT (texte en vigueur à partir du 1er Juillet 2009)

Italien n° 274I

20 francs suisses (port et expédition non compris)



Une maille à l'endroit - de

l'Utilisation Avisée de la Propriété Intellectuelle par les Entreprises Textiles

Français n° 794F

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 Groupe de la commercialisation et de la diffusion des produits: 34, chemin des Colombettes, C.P. 18, CH-1211 Genève 20, Suisse | Fax: +41 22 740 18 12 | Courriel: publications.mail@wipo.int

Les commandes doivent contenir les indications suivantes:

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

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

Fax:

+41 22 733 54 28

Visitez le site Web de l'OMPI:

www.wipo.int

et la librairie électronique de l'OMPI:

www.wipo.int/ebookshop

ou avec son Bureau à New York:

Adresse:

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

Téléphone:

+1 212 963 6813

Fax:

+1 212 963 4801

La *Revue 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:

Groupe de la commercialisation et de la diffusion des produits
OMPI
34, chemin des Colombettes
C.P.18
CH-1211 Genève 20, Suisse
Fax: +41 22 740 18 12
Courriel: 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

Copyright © 2010 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, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle, C.P. 18, CH-1211 Genève 20, Suisse.