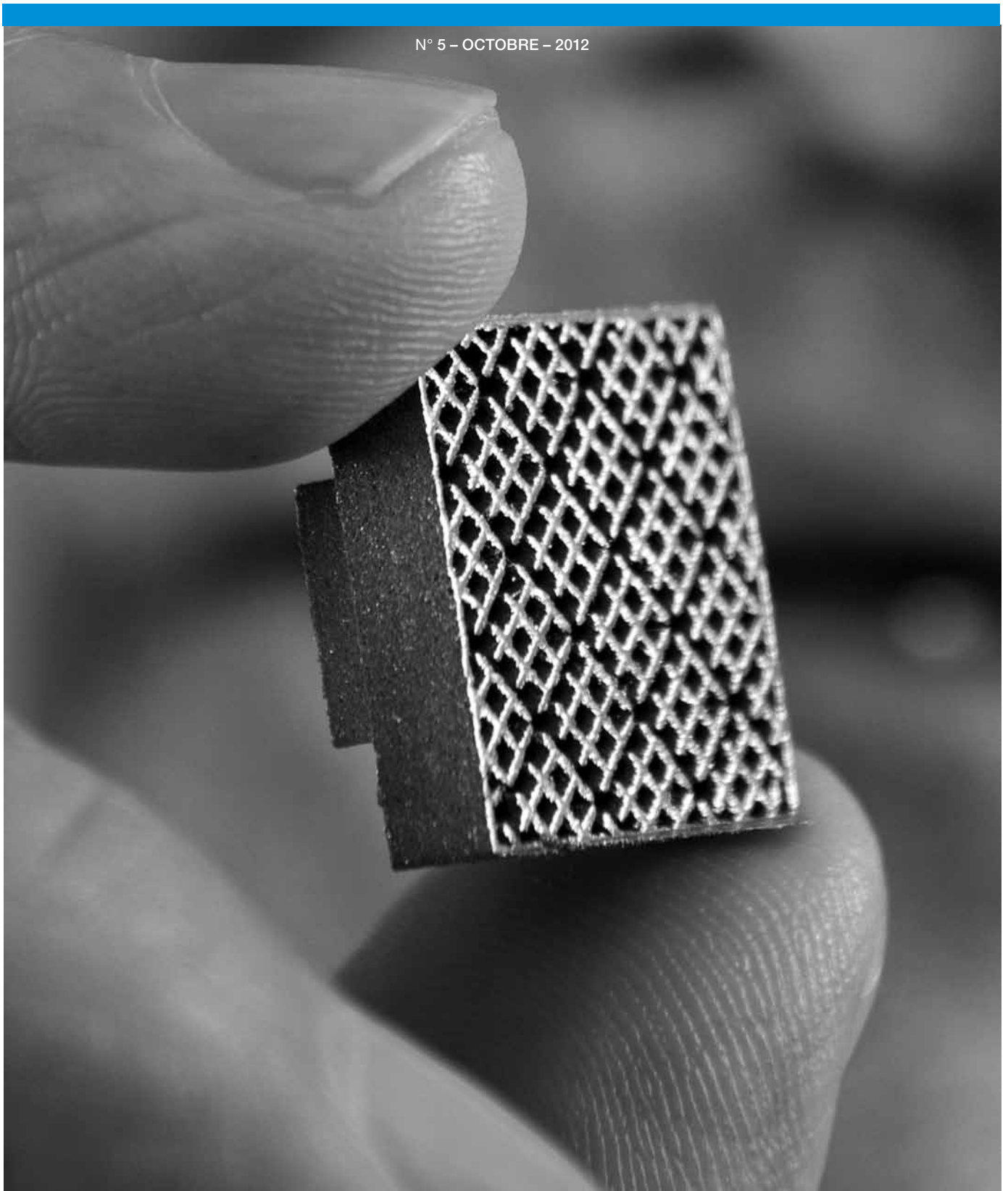


OMPI | MAGAZINE

N° 5 - OCTOBRE - 2012



RESTER EN PHASE AVEC L'ÉVOLUTION DU MONDE p.2 | ARTISANAT THAÏLANDAIS: CRÉER DES MARQUES POUR DES COMMUNAUTÉS LOCALES p.8 | [CRÉATION D'UN ÉCOSYSTÈME DE L'INNOVATION EN AFRIQUE DU SUD p.13](#)

TABLE DES MATIÈRES

- p.2 Rester en phase avec l'évolution du monde :
entrevue avec M. Francis Gurry,
Directeur général de l'OMPI

- p.8 Artisanat thaïlandais : créer des marques
pour des communautés locales

- p.13 Création d'un écosystème de l'innovation
en Afrique du Sud

- p.17 Singapour, terre d'innovation

- p.22 Sport, articles de sport et marché

- p.28 La promotion du respect
de la propriété intellectuelle au Costa Rica

- p.31 Les marques de cola jouent la carte de la musique

- p.33 CULTURAMA : voyage dans le temps

- p.36 Innovation et propriété intellectuelle :
des allègements fiscaux pour stimuler la croissance
au Royaume Uni

Éditeur: **Catherine Jewell**
Graphisme: **Annick Demierre**
Image de couverture: **CSIR**

Rester en phase avec l'évolution du monde :

entrevue avec M. Francis Gurry, Directeur général de l'OMPI

Dans la perspective des prochaines assemblées des États membres de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) qui se tiendront du 1er au 9 octobre 2012, M. Francis Gurry, Directeur général de l'OMPI, a fait part au Magazine de l'OMPI de ses impressions sur certains des principaux enjeux et des opportunités susceptibles d'influencer l'évolution future du système international de la propriété intellectuelle.

Quelles sont les principales priorités de l'Organisation pour aller de l'avant?

Les priorités de l'Organisation s'articulent autour de quatre grands axes : rester en phase avec les réalités d'aujourd'hui ; assurer la continuité des services mondiaux de propriété intellectuelle de l'OMPI ; apporter un soutien efficace aux pays en développement afin de renforcer leur participation au système de la propriété intellectuelle ; et jouer un rôle central dans la mise à disposition de l'infrastructure mondiale de propriété intellectuelle et dans sa coordination.

L'objectif le plus ambitieux dans un monde en rapide mutation caractérisé par des changements majeurs dans l'utilisation des technologies est que l'OMPI reste la première instance mondiale pour les questions de propriété intellectuelle. Nous devons conserver notre rôle en matière de décisions sur le plan économique. Le Traité de Beijing sur les interprétations et exécutions audiovisuelles (le «Traité de Beijing») récemment conclu constitue certes une avancée majeure, mais nous devons néanmoins veiller à ce que le système multilatéral chapeauté par l'OMPI continue de tenir ses promesses en ce qui concerne d'autres questions parvenant à maturité. C'est d'autant plus vrai en cette période de changements majeurs dans le domaine de la propriété intellectuelle et en particulier au sein des nombreuses instances chargées de l'élaboration des politiques aux niveaux national, bilatéral, régional et multilatéral.

Nous devons également assurer la continuité et la primauté des services mondiaux de propriété intellectuelle de l'OMPI en élargissant la couverture géographique et la diversité des services proposés. Le Traité de coopération en matière de brevets (PCT), avec ses 146 parties contractantes, est un système mondial à part entière. Au cours des trois prochaines années, le système de Madrid concernant l'enregistrement international des marques va connaître un développement rapide. De même, au cours des cinq prochaines années, le nombre de membres du système La Haye concernant l'enregistrement international des dessins et modèles industriels devrait augmenter.

Des efforts importants sont déployés pour améliorer constamment nos services. La plate-forme e-PCT, par exemple, qui permet un accès électronique sécurisé à des fichiers concernant les demandes internationales déposées en vertu du PCT, rencontre un franc succès. Le projet relatif à la modernisation de l'environnement informatique du système de Madrid est également bien engagé et une série d'outils et de services vont être mis en ligne prochainement.

L'une de nos missions premières est d'apporter un soutien efficace aux pays en développement afin de renforcer leur participation au système de la propriété intellectuelle. Plus un pays cherche à valoriser ses ressources et ses actifs de propriété intellectuelle nationaux, plus la propriété intellectuelle présente d'intérêt et plus les besoins de nos États membres deviennent complexes. C'est pourquoi l'Organisation doit s'assurer qu'elle propose des niveaux de service et d'assistance adaptés.

Enfin, nous devons jouer un rôle central dans la mise à disposition de l'infrastructure mondiale de propriété intellectuelle et dans sa coordination afin de renforcer l'efficacité du système de la propriété intellectuelle, ainsi que son accessibilité et son utilité et, le cas échéant, afin de faire progresser certains objectifs d'intérêt public. Des progrès considérables ont été réalisés dans de nombreux domaines (voir les pages 6 et 7).

Que représente le Traité de Beijing sur les interprétations et exécutions audiovisuelles?

Le Traité de Beijing présente un intérêt pour les acteurs, pour la propriété intellectuelle, pour l'OMPI, pour la Chine et pour le multilatéralisme. Tout le monde est gagnant. Bien que les États membres aient conclu trois autres traités depuis 1996, ceux-ci traitent des aspects du droit procédural. Le Traité de Beijing est le premier traité portant sur le droit matériel de la propriété internationale en 16 ans.

Il représente un nouveau pas en avant dans l'élaboration d'un cadre juridique international pour le droit d'auteur et il contribue plus généralement à relancer la confiance à l'égard du processus d'élaboration de traités. Le Traité de Beijing vise à aligner les droits des artistes interprètes ou exécutants de l'audiovisuel et des acteurs sur ceux dont disposent les auteurs dans le cadre du Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur (WCT) (1996) et les musiciens, les artistes du disque et les maisons de disque dans le cadre du Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes (WPPT) (1996).

Photo: Dillon Photographics



Cependant, pour compléter la structure mise en place en 1996, il reste encore à actualiser les droits des organismes de radiodiffusion. Durant la session du Comité permanent du droit d'auteur et des droits connexes (SCCR) tenue en juillet, les États membres ont fait part de leur volonté d'aller de l'avant sur cette question, ce qui est de très bon augure. J'espère que nous parviendrons à concilier les intérêts des différentes parties prenantes (secteur privé, société civile et gouvernements) sur cette question, comme nous l'avons fait dans le cadre du Traité de Beijing. La société civile et le secteur privé jouent un rôle considérable dans le processus d'élaboration des traités. En fin de compte, les États membres n'acceptent d'avancer sur une question que s'ils sentent qu'ils ont l'aval de ceux qu'ils représentent. Si l'un des principaux groupes d'intérêt n'est pas prêt à s'engager, on parviendra difficilement à un accord international.

À quel stade en sont les discussions sur l'amélioration de l'accès des déficients visuels aux œuvres publiées?

Il est de plus en plus admis qu'un accord international dans ce domaine est une priorité. J'espère que lors des prochaines réunions des assemblées de l'OMPI, les États membres décideront de faire progresser cette question.

La question tourne principalement autour du handicap. Elle présente un intérêt réel, et tout accord international visant à faciliter l'accès des personnes ayant des difficultés de lecture des textes imprimés aux œuvres publiées viendrait renforcer la reconnaissance internationale accordée au handicap dans le cadre de la Convention des Nations Unies relative aux droits des personnes handicapées.

© OMPI 2012. Photos: Emmanuel Berrod





Il essentiel d'aborder la propriété intellectuelle d'un point de vue stratégique. La propriété intellectuelle a un rôle fondamental à jouer dans l'économie et dans la société au sens large.

Que faut-il faire pour que la question du droit d'auteur évolue?

Le cadre juridique international du droit d'auteur va continuer d'évoluer dans le sens des questions que les États membres décideront de soumettre à une action multilatérale. Mais le véritable développement viendra cependant du domaine de l'infrastructure. Du point de vue de la politique générale, nous devons contribuer au développement d'un marché numérique efficace au niveau mondial. Nous devons mettre en place le cadre juridique qui permette de répondre aux attentes croissantes de consommateurs qui utilisent des technologies de plus en plus complexes pour consommer sans modération des œuvres créatives sur l'Internet.

Je crois que nous sommes tous d'accord sur un point : tout le monde veut un marché numérique mondial fiable sur le plan juridique. Bien qu'il faille s'attendre à une certaine dose d'expérimentation, nombreuses sont les idées intéressantes qui circulent, telles que celles concernant l'élaboration d'un registre international de la musique ou encore une solution de concession de licences semblable à celle recommandée au Royaume-Uni dans le rapport Hargreaves (voir www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2011/06/article_0004.html).

Les partenariats public-privé ont-ils un rôle à jouer?

Il existe de réelles perspectives pour les partenariats public-privé, à la fois dans l'élaboration de l'infrastructure de la propriété intellectuelle en général, et dans l'élaboration de solutions concrètes pour progresser dans la réalisation de certains objectifs de politique générale comme le démontrent le consortium WIPO Re:Search et le projet TIGAR. Il y a un intérêt croissant dans le secteur privé pour ce type d'arrangement, et je pense que cette tendance va se confirmer à l'avenir.

Pour quelle raison est-il important de jouer un rôle actif dans le débat sur le droit d'auteur?

Jusqu'à présent le droit d'auteur a très bien servi les intérêts de la société et de l'économie, mais l'environnement numérique représente un enjeu majeur qui ne va pas disparaître. Nous devons chercher activement des solutions qui permettent, dans l'environnement numérique, de maintenir la mission première du droit d'auteur qui est celle d'assurer une existence économiquement viable aux créateurs et aux industries de la création tout en garantissant l'accès du plus grand nombre au contenu créatif.

M. Francis Gurry, Directeur général de l'OMPI, inaugure une exposition sur les brevets et marques de Steve Jobs organisée dans le cadre de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle.

On constate chez certains la montée d'un sentiment anti-propriété intellectuelle. Faut-il s'en inquiéter?

Je pense que cela est normal, car plus le rôle des savoirs augmente dans la production, plus les droits à l'égard des savoirs acquièrent de l'importance aux niveaux économique et social. Au fur et à mesure que cette évolution se confirme, les différents secteurs de la société prennent conscience de ce qui se passe et commencent à exprimer leur opinion sur ces faits nouveaux.

Tout cela se déroule sur fond d'évolution technologique exceptionnelle. La technologie empiète sur tous les éléments de nos vies, où que nous vivions, et l'heure viendra où nous serons inévitablement confrontés aux droits de propriété intellectuelle associés à son utilisation. À mon sens, il est totalement normal et salubre d'entretenir un débat ouvert et démocratique sur ces questions.

On constate également une démocratisation des processus d'élaboration des normes et des traités. La société civile demande plus de transparence de la part de ses représentants politiques, y compris dans le domaine de l'élaboration de normes de propriété intellectuelle. Pour répondre à cette demande, l'OMPI a choisi par exemple de diffuser les réunions de ses comités sur le Web. Ce fait nouveau a d'ailleurs été salué.

Gagner le cœur et l'esprit du public représente un défi de taille. Cela requiert de convaincre le public qu'un désavantage à court terme, comme le fait de devoir payer pour l'utilisation de la propriété d'autrui, est compensé par les avantages à long terme d'une culture créative et d'une économie innovante durables. Nous devons sensibiliser davantage l'opinion publique au rôle et à l'utilité d'un système de propriété intellectuelle qui soit équilibré et solide, ainsi qu'aux nombreux avantages qui peuvent en découler.

Quels sont les principaux facteurs qui vont façonner le futur programme d'action en matière de propriété intellectuelle?

Le programme d'action en matière de propriété intellectuelle est déjà façonné par la réorientation sans précédent de la production économique et technologique vers l'Asie. Les incidences sur la propriété intellectuelle de cette réorientation vont être nombreuses et profondes. La vision traditionnellement binaire du monde, avec d'un côté les pays développés et de l'autre les pays en développement, n'est plus d'actualité et on constate une diversité bien plus grande, dans la jouissance des richesses économiques, que cette vision ne le laisse entendre. La cadence accélérée à laquelle évoluent les technologies représente également un défi de taille.

À cet égard, la communauté internationale de la propriété internationale va devoir progressivement recenser avec soin les problématiques essentielles autour desquelles un accord international serait possible. Au XIXe siècle, par exemple, le traitement national représentait une problématique nécessitant une attention particulière. Nous devons définir des règles équivalentes qui s'appliquent à notre environnement numérique mondialisé actuel. L'idée selon laquelle toute question doit être traitée dans un cadre juridique multilatéral n'est ni réaliste ni intéressante. Nous devrions plutôt examiner les avantages que présenteraient d'autres moyens complémentaires qui permettraient de faire progresser les objectifs de politique générale, y compris les partenariats public-privé.

Quel est votre message clé aux États membres pour aller de l'avant?

Il est essentiel d'aborder la propriété intellectuelle d'un point de vue stratégique. La propriété intellectuelle a un rôle fondamental à jouer dans l'économie et dans la société au sens large. Le système de la propriété intellectuelle permet de concilier les droits et les intérêts sur le plan de l'innovation et de la créativité. Plus ces éléments intangibles de l'économie sont valorisés, plus les droits de propriété intellectuelle qui y sont associés gagnent en importance. Si nous voulons assurer une économie du savoir qui soit fonctionnelle, nous devons prêter attention à ces questions.

Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans votre travail?

La propriété intellectuelle est étroitement liée au changement en ce qu'elle a trait à la nouveauté, que ce soit sous la forme de nouvelles créations culturelles ou d'innovations. Mon travail m'offre une opportunité extraordinaire de rencontrer un large éventail de personnes qui sont étroitement impliquées dans ces processus de changement. Cela est très gratifiant et très enrichissant.

PROGRÈS RÉALISÉS DANS L'AMÉLIORATION DE L'EFFICACITÉ, DE L'ACCESSIBILITÉ ET DE L'UTILISATION DU SYSTÈME DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE : PRINCIPAUX FAITS NOUVEAUX

Base de données mondiale sur les marques

Lancée en mars 2011, la base de données mondiale sur les marques de l'OMPI permet d'accéder gratuitement à quelque 2 millions de fiches concernant des marques, des appellations d'origine et des armoiries, des drapeaux et d'autres emblèmes d'État, ainsi que des noms, des abréviations et des emblèmes d'organisations intergouvernementales protégés aux niveaux international et national. Elle constitue une solution tout-en-un permettant de chercher des informations concernant des marques dans plusieurs sources au moyen d'une interface conviviale unique (www.wipo.int/branddb/fr/). En plus des collections de données de l'OMPI, cette base de données contient également les collections de l'Algérie, du Canada et du Maroc. Un certain nombre d'autres pays devraient ajouter leurs collections de données dans un proche avenir, portant ainsi le nombre de fiches à plus de 10 millions.

La base de données mondiale sur les marques comprend un certain nombre de fonctionnalités de recherche avancées qui permettent aux utilisateurs d'effectuer rapidement et facilement des recherches pour trouver les informations dont ils ont besoin. Parmi ces fonctionnalités, on peut citer :

- la recherche par description d'images;
- la suggestion automatique de termes par correspondance;
- la correspondance phonétique et la correspondance floue;
- les résumés de documents correspondants dans plusieurs catégories, y compris la représentation graphique de pays d'origine et de désignations; et
- la liste détaillée de résultats ou la liste succincte de marques.

Ce service fait partie intégrante de WIPO GOLD (www.wipo.int/wipogold/fr/index.html), une ressource publique gratuite permettant d'accéder rapidement et facilement à une vaste collection d'outils et de données de propriété intellectuelle pouvant donner lieu à des recherches.

Le développement en cours de WIPO GOLD et de la base de données mondiale sur les marques s'inscrit dans le cadre de l'engagement de l'OMPI de réduire le déficit de connaissances dans le monde en améliorant l'accès à l'information en matière de propriété intellectuelle et l'utilisation de cette information.

Système de Madrid : nouveaux outils en ligne

Le Gestionnaire de produits et services (G&S Manager) vise à aider les déposants de demandes d'enregistrement de marques et leurs mandataires à établir la liste de produits et services à fournir lors du dépôt d'une demande internationale selon le système de Madrid. Le service MPM (Madrid Portfolio Manager) est un service accessible en ligne qui permet aux titulaires d'enregistrement

internationaux et à leurs mandataires d'accéder de façon sécurisée à leur portefeuille de marques internationales.

Le service MEA (Madrid Electronic Alerts) est un service gratuit de veille électronique à l'intention de tout utilisateur souhaitant procéder au suivi régulier d'un enregistrement de marque internationale donné. Les abonnés reçoivent quotidiennement des alertes par courrier électronique dès qu'un changement est inscrit au registre international des marques.

Le service MRS (Madrid Real-time Status) est un outil autonome qui permet aux déposants d'accéder en temps réel au statut des demandes internationales ou des demandes.

Pour plus de précisions, on peut consulter le site www.wipo.int/madrid/fr/services/.

PATENTSCOPE

Le moteur de recherche PATENTSCOPE (<http://patentscope.wipo.int/search/fr/search.jsf>) permet d'accéder gratuitement à plus de 14 millions de documents de brevet, y compris 2 millions de demandes internationales de brevet déposées selon le PCT. Il contient les collections de données de brevets de 29 offices nationaux ainsi que celles de l'Organisation régionale africaine de la propriété intellectuelle (ARIPO), de l'Office européen des brevets (OEB) et de LATIPAT, une plate-forme qui fournit des informations en matière de brevets en espagnol et en portugais.

PATENTSCOPE comporte un certain nombre de fonctionnalités avancées, y compris la recherche multilingue et un assistant de traduction. Il suffit d'entrer un terme ou une phrase dans une langue pour obtenir des documents de brevet pertinents dans plusieurs langues.

WIPO CASE

Le système WIPO CASE (système d'accès centralisé aux informations relatives à la recherche et à l'examen) vise à faciliter l'échange entre les offices de propriété intellectuelle d'informations confidentielles relatives à la recherche et à l'examen et à améliorer la qualité et l'efficacité de la recherche et de l'examen afin d'éviter les redondances dans les travaux. À l'aide de cette plate-forme, les examinateurs de brevets d'un groupe d'offices participants peuvent accéder à la collection de rapports de recherche et d'examen partagée par ce groupe d'offices.

Cette plate-forme est destinée à être utilisée par les groupes d'offices de propriété intellectuelle qui reconnaissent mutuellement leur travail de recherche et d'examen. Les documents de brevet et les données qui sont partagés par l'intermédiaire de WIPO-CASE peuvent être hébergés par l'OMPI ou par les bibliothèques numériques des offices nationaux.

Conçu au départ pour prendre en charge les échanges entre les offices de propriété intellectuelle de l'Australie, du Canada et du Royaume-Uni, WIPO-CASE est désormais utilisé ou évalué par d'autres groupes régionaux d'offices de propriété intellectuelle.

Service d'accès numérique (DAS) de l'OMPI

Le service d'accès numérique (DAS) de l'OMPI offre aux offices de propriété intellectuelle un moyen sécurisé, simple, rapide et économique d'échanger des documents de priorité et des documents similaires.

Ce système permet aux déposants et aux offices de remplir les conditions prévues par la Convention de Paris en ce qui concerne la certification dans un environnement électronique. Traditionnellement, les déposants étaient obligés de demander des exemplaires papier certifiés des documents auprès d'un office, puis de les soumettre aux autres offices. Le système d'accès numérique permet aux déposants de simplement demander au premier office (c'est-à-dire à l'office de dépôt ou office de premier dépôt) de mettre les documents de priorité à disposition dans le système, puis de demander à d'autres offices (offices ayant accès ou offices de deuxième dépôt) de récupérer ces documents via le service. Cet échange de documents se fait électroniquement.

Actuellement, ce service est utilisé pour les documents de priorité relatifs aux demandes de brevet. À terme, il concernera également d'autres droits de propriété intellectuelle, tels que les dessins et modèles industriels et les marques, dès que les offices participants auront procédé aux changements opérationnels et techniques nécessaires.

WIPO Re:Search

Moins d'une année après son lancement, l'initiative novatrice de santé publique menée par l'OMPI baptisée WIPO Re:Search a donné lieu à ses premiers partenariats de recherche. En août 2012, AstraZeneca a conclu un accord dans le cadre du consortium WIPO Re:Search avec iThemba Pharmaceuticals (Afrique du Sud), l'Université de Californie (États-Unis d'Amérique) et l'Université de Dundee (Royaume-Uni) pour étudier de nouveaux traitements contre la tuberculose, la maladie de Chagas, la maladie du sommeil et la schistosomiase (fièvre de l'escargot).

«De tels accords, qui visent le transfert de technologie entre partenaires, constituent d'importants indicateurs de la réussite du consortium WIPO Re:Search», a déclaré M. Francis Gurry, Directeur général de l'OMPI.

M. Manos Perros, chef de l'Infection Innovative Medicines Unit chez AstraZeneca, a déclaré: «notre industrie a ici l'occasion de faire une réelle différence dans le domaine de la santé mondiale grâce au consortium WIPO Re:Search, pour répondre aux besoins des personnes souffrant de maladies tropicales négligées».

Lancé en octobre 2011 par l'OMPI, le consortium WIPO Re:Search est une plate-forme de recherche en innovation ouverte qui réunit une vaste coalition de partenaires des secteurs public et privé dans le but d'orienter la recherche en faveur de la découverte, de

la mise au point et de la distribution de médicaments, de vaccins et de diagnostics concernant les maladies tropicales négligées (MTN), le paludisme et la tuberculose. Depuis son lancement, le nombre de membres du consortium est passé de 30 à 50, répartis sur les cinq continents.

Dans le cadre de WIPO Re:Search, des organisations acceptent de mettre leurs actifs de propriété intellectuelle (composés pharmaceutiques, technologie pour la découverte de médicaments, données réglementaires et savoir-faire) à la disposition de chercheurs qualifiés partout dans le monde et ce sans redevance, à condition que la recherche porte sur les maladies tropicales négligées, le paludisme et la tuberculose. Tout produit résultant de cette recherche sera également vendu sans redevance dans les pays les moins avancés (PMA).

Les maladies tropicales négligées sont endémiques dans 149 pays et touchent plus d'un milliard de personnes dans le monde. Grâce à sa base de données publique permettant d'effectuer des recherches sur les actifs de propriété intellectuelle, les informations et les ressources disponibles, WIPO Re:Search facilite l'établissement de nouveaux partenariats. BIO Ventures for Global Health, en tant qu'administrateur du centre de partenariat, met en évidence les possibilités de partenariat entre les membres et facilite la collaboration pour stimuler l'élaboration de nouveaux traitements contre ces maladies. Ces efforts ont conduit à ces premiers résultats.

Projet TIGAR (Trusted Intermediary Global Accessible Resources – projet de ressources mondialement accessibles des intermédiaires de confiance)

Le projet TIGAR est une initiative sans précédent visant à faciliter l'accès des déficients visuels et des personnes ayant des difficultés de lecture des textes imprimés aux œuvres publiées. Approuvé en novembre 2010, ce projet permet aux éditeurs de rendre leurs œuvres facilement accessibles à des intermédiaires de confiance pour qu'ils créent des formats accessibles qu'ils peuvent s'échanger ou échanger avec des bibliothèques spécialisées. Jusqu'à présent, 11 intermédiaires de confiance ont souscrit au projet TIGAR et des discussions sont en cours avec des intermédiaires de confiance en Chine, en Corée et en Inde. En outre, plus de 24 titulaires de droits, principalement des éditeurs, dont Elsevier, HarperCollins, Bloomsbury et SAGE, ont signé un mémorandum d'accord relatif au projet TIGAR.

On estime que seul 5% du million de titres imprimés chaque année dans le monde sont accessibles aux quelque 340 millions de personnes dans le monde ayant des difficultés de lecture des textes imprimés. Des organismes spécialisés, comme les bibliothèques pour les aveugles, adaptent ces œuvres dans des formats accessibles (formats Daisy, Braille ou audio), à grands frais. Le projet TIGAR est le résultat d'une collaboration étroite entre l'OMPI et des organismes représentant les auteurs, les éditeurs et les personnes aveugles ou malvoyantes, notamment l'Union mondiale des aveugles (UMA) et l'Union internationale des éditeurs. L'OMPI fournit l'appui technique pour ce projet qui promet d'élargir l'offre des livres disponibles dans des formats accessibles aux personnes ayant des difficultés de lecture des textes imprimés. ♦

ARTISANAT THAÏLANDAIS : créer des marques pour des communautés locales



Francesca Toso,
Secteur du développement, OMPI

En Thaïlande, les communautés rurales ont ceci de particulier qu'elles regorgent d'artisans de grand talent, beaucoup d'entre eux riziculteurs à plein temps. Fruits d'un savoir-faire ancestral, leurs créations leur apportent un précieux complément de revenus et constituent pour eux un important moyen de se prémunir contre les aléas de l'agriculture. Cela a notamment été le cas en 2011, année où nombre de ces communautés ont subi les pires inondations qu'ait connues la Thaïlande depuis des décennies, des inondations qui ont touché au total plus de 13 millions de personnes et contraint le gouvernement à décréter l'état de catastrophe dans 65 des 77 provinces du pays. Un revenu stable tiré de la vente de très bons produits artisanaux est, pour le monde rural, la promesse d'une plus grande sécurité financière.

UN PROJET DU PLAN D'ACTION DE L'OMPI POUR LE DÉVELOPPEMENT

En collaboration avec le gouvernement thaïlandais et l'institut universitaire de technologie King Mongkut de Thonburi (KMUTT), l'OMPI aide depuis 2010 trois communautés rurales à mettre à profit le système de la propriété intellectuelle pour accroître la valeur marchande et la viabilité commerciale de leurs produits artisanaux. Cette démarche s'inscrit dans le cadre d'un projet innovant mené au titre du Plan d'action de l'OMPI pour le développement et destiné à favoriser le développement des entreprises locales grâce à la propriété intellectuelle et à la création de marques. Les produits artisanaux visés par ce projet incluent certains des produits les plus emblématiques du pays et reflètent l'étendue de la créativité des Thaïlandais ainsi que la profondeur des traditions locales et leur formidable potentiel commercial. Ils comprennent la fine vannerie de Bang Chao Cha, les étoffes de coton colorées du Mae Chaem et le somptueux brocart du Lampoon.

Tout comme les autorités thaïlandaises, les communautés concernées sont désireuses d'étendre leurs activités commerciales en augmentant la valeur marchande de leurs produits par une stratégie de création de marques efficace. « Nous opérons sur un marché mondial très compétitif inondé de produits similaires. Créer une marque qui véhicule pleinement l'origine d'un produit et sa qualité ainsi que le savoir-faire et les matériaux locaux utilisés pour le fabriquer, sans oublier l'identité de l'artisan, est essentiel à l'obtention de produits plus concurrentiels et plus intéressants sur le plan du potentiel commercial », constate Veeranan Nidlanuvong, directeur adjoint du département thaïlandais de la Promotion industrielle.

Spécialistes du droit de la propriété intellectuelle et associés de Rouse International, cabinet d'avocats de Bangkok experts dans le domaine, Fabrice Mattei et Akkharawit Kanjanaopas aident l'OMPI à mettre en œuvre le projet en Thaïlande. Ils ont commencé par évaluer les qualités et le potentiel commercial des produits pour déterminer la forme de protection de la propriété intellectuelle qui leur était la plus adaptée. Les deux spécialistes ont ensuite évalué les besoins en formation de chacune des communautés pour faire en sorte que les entreprises et institutions locales acquièrent une solide compréhension de la façon d'utiliser des signes distinctifs – marques collectives ou de certification et indications géographiques – à l'appui de leurs efforts de commercialisation de produits. Ces démarches ont constitué des pas importants vers la réalisation de l'objectif principal du projet, à savoir la création de conditions permettant à chacune des communautés visées d'accroître la valeur marchande et le potentiel commercial de leurs produits.



«Les communautés ne vont pas retirer la même chose [du projet de l'OMPI], car elles n'ont pas toutes les mêmes besoins, mais chacune d'entre elles sera au final mieux à même d'utiliser la propriété intellectuelle, indique M. Akkharawit. Nous espérons que chaque communauté aura tiré des enseignements de cette expérience et sera en mesure de continuer à mettre à profit la valeur de ses produits. Fait important, chaque communauté sera également en mesure de transmettre son patrimoine culturel, qui autrement aurait été perdu.»

LA VANNERIE DE BANG CHAO CHA

Abritant les plus vastes zones de riziculture du pays, les plaines centrales de la Thaïlande offrent un paysage distinctif (parsemé de rizières, de petits lacs et de marécages alternant avec des forêts et des bamboueraies semi-naturelles), dont est inspirée une grande partie de l'art et de la culture de la région. C'est dans ces plaines fertiles que se trouvent le village de Bang Chao Cha et ses vanniers, la plupart d'entre eux des femmes, qui fabriquent selon des techniques ancestrales divers objets finement tressés avec des tiges de bambou tels que des paniers, des sacs ou des plateaux. Des objets qui sont vendus dans toute la Thaïlande et également dans une certaine mesure à l'étranger. Travaillant ensemble au sein de la coopérative de vanniers du village, ces artisans sont très soucieux d'élargir leur gamme de produits et d'en maximiser la valeur marchande.

L'équipe en charge du projet de l'OMPI a commencé d'œuvrer à Bang Chao Cha en 2010, faisant découvrir le monde de la propriété intellectuelle aux vanniers et aux autorités locales. Elle a appelé leur attention sur la façon dont le dépôt de dessins et modèles industriels permettait de protéger les aspects esthétiques de produits de l'artisanat et dont le droit d'auteur protégeait les créations originales, ainsi que sur la façon dont les marques permettaient de distinguer des produits de ceux des concurrents et dont les indications géographiques pouvaient aider à véhiculer l'image de produits de qualité orientés vers un marché étroit. Forte de ces connaissances et désormais désireuse de renforcer ses activités, la coopérative de Bang Chao Cha a choisi de commencer à développer une marque collective, premier pas important vers la distinction de ses produits de ceux de la concurrence.

Perpétuer les techniques et les savoir-faire traditionnels mis à l'œuvre dans la fabrication locale de produits constitue pour les artisans un défi de tous les instants, plus difficile encore à relever du fait de la nécessité d'innover pour satisfaire les goûts en évolution constante des consommateurs. Conscients de cette réalité, des enseignants et des étudiants du KMUTT ont travaillé en étroite collaboration avec les vanniers de Bang Chao Cha, jeunes et moins jeunes, à la mise au point de dessins et modèles de produits traditionnels innovants.

«Des étudiants en design ont travaillé avec les élèves de l'école locale à monopoliser leur capacité à innover», explique Nanthana Boonla-or, enseignante à l'école d'architecture et de design du

La fabrication du brocart du Lampooon jouit du mécénat de la reine Sirikit de Thaïlande

Art traditionnel de la vannerie à Bang Chao Cha



KMUTT. «L'expérience a été très fructueuse, constate-t-elle, et montre les nombreux bénéfices que peut apporter une collaboration étroite entre l'université et la collectivité.»

«Nous nous sommes inspirés des paniers à riz en bambou et des pièges à poissons utilisés dans l'ancien temps et nous avons créé de nouveaux produits et modèles. Si nous essayons de conserver les caractéristiques traditionnelles des objets, nous jouons aussi avec l'idée de leur faire adopter de nouvelles fonctions, proportions et couleurs», indique Wanas, qui fait partie des étudiants du KMUTT travaillant avec les vanniers.

Cela fait maintenant deux ans que l'OMPI et ses partenaires collaborent avec la coopérative de vanniers sur des questions de propriété intellectuelle et de développement de l'activité économique, une collaboration ayant permis la création de la marque collective «Vannerie de Bang Chao Cha», qui n'a aujourd'hui plus qu'à être enregistrée au nom des autorités du district auprès du Département thaïlandais de la propriété intellectuelle.

LES ÉTOFFES COLORÉES DU MAE CHAEM

Si l'agriculture constitue le principal moyen de subsistance dans le Mae Chaem, district rural du nord de la province de Chiang Mai, les étoffes tissées y représentent une précieuse deuxième source de revenus. Ornées de caractéristiques motifs d'animaux, de plantes ou de fleurs et colorées à l'aide de teintures naturelles, ces étoffes typiques de la région reflètent la relation étroite qu'entretiennent les habitants avec la nature.

Connues sous le nom de «teenchok», ces étoffes font en outre partie intégrante de la vie des femmes du Mae Chaem. «Dans le Mae Chaem, nous tissons du teenchok pour notre propre usage et pour la vente», indique Kaysorn Kannyka, gérante de la coopérative locale de tissage. «Chaque teenchok est unique car dépendant de la couleur des fils de coton choisis et du dessin original créé», explique-t-elle. En tissant tous les jours, les femmes pourraient réaliser environ deux pièces de teenchok par mois, mais le principal moyen de subsistance

qu'est l'agriculture réclamant l'essentiel de leur temps, il leur faut en général un mois pour tisser un seul teenchok.

Mesurant les avantages de la propriété intellectuelle, la coopérative avait déjà pris des dispositions destinées à faire enregistrer une indication géographique pour ses produits. L'équipe en charge du projet de l'OMPI l'a aidée à achever ce processus en la guidant et en la conseillant au sujet du code de bonnes pratiques et des exigences en matière de traçabilité garantissant l'origine des produits du Mae Chaem et leur conformité avec les normes de production admises. Ces démarches importantes ont permis l'enregistrement en Thaïlande de l'indication géographique «Mae Chaem» pour le teenchok.

«Les caractéristiques propres au teenchok du Mae Chaem (qualité du textile et méthodes de production traditionnelles) sont telles qu'une stratégie de commercialisation s'appuyant sur l'enregistrement d'une indication géographique est la meilleure voie à suivre. Cette stratégie permettra la différenciation des étoffes du Mae Chaem d'étoffes similaires tissées ailleurs, explique M. Akkharawit. L'indication géographique «Mae Chaem» permet de raconter l'histoire de son teenchok, à savoir celle d'artisans de grand talent qui consacrent un temps et une énergie considérables au tissage de leurs propres variations de 16 dessins traditionnels, ayant tous une signification différente, pour créer des étoffes uniques. Avec une indication géographique enregistrée, ces artisans peuvent commencer à se forger une réputation de producteurs de produits caractéristiques de qualité, à s'emparer d'un créneau commercial et à exiger des prix plus élevés pour leurs produits.»

Les membres de la coopérative du Mae Chaem ne sont nullement décontenancés par la rigueur et la discipline auxquelles ils sont tenus pour satisfaire aux strictes normes de production qu'exige l'obtention de la protection par une indication géographique. Elles représentent pour eux un petit prix à payer pour consolider la réputation de leurs produits et renforcer les perspectives de meilleurs revenus. «Le projet nous a non seulement permis d'être fiers de nous-mêmes et de notre culture, mais aussi d'améliorer la qualité de nos produits. Aujourd'hui,



nous sommes en effet à même de mieux les positionner sur le marché et de traiter avec un groupe d'acheteurs plus fiable. Cela contribue à renchérir le prix du teenchok et à améliorer les retombées économiques pour la collectivité», constate M. Panya de l'office de concession de licences de technologie et pépinière d'entreprises de l'Université de Chiang Mai.

LE BROCCART DU LAMPOON

Connu sous le nom de «Yok Dok du Lampon», le tissu raffiné que constitue le délicat broccart produit dans le nord de la province du Lampon est issu de la tradition de la soie royale thaïlandaise. Précieuse étoffe portée par la haute société thaïlandaise, le broccart du Lampon est, en Thaïlande, déjà protégé par une indication géographique.

«L'indication géographique contribue à limiter la production de Yok Dok du Lampon à la seule province du Lampon», indique Pornaveed Poohareanon, chef adjoint des autorités locales. «Non seulement elle protège les intérêts des producteurs, mais elle contribue aussi à assurer la qualité des produits. L'étiquette portant l'indication géographique fournit des informations sur les caractéristiques du tissu, y compris son dessin, précise le nom du tisseur et est dotée d'un numéro d'identification unique visant à garantir la traçabilité.»

Dans le Lampon, le rôle de l'équipe de l'OMPI a été de conseiller les producteurs sur les façons de mettre encore davantage à profit l'indication géographique dont bénéficie leur produit en s'attachant tout particulièrement à mettre au point des stratégies de vente et à identifier de potentiels acheteurs et distributeurs. L'équipe de l'OMPI a en outre prêté son concours à la participation des producteurs à un projet financé par l'Union européenne, pour lequel ils ont accepté que le broccart protégé par l'indication géographique soit soumis à un processus de certification par une tierce partie visant à en garantir l'originalité, la traçabilité et la qualité. Un processus qui non seulement a débouché sur une seconde validation des contrôles de qualité



Photo: Rouse & Co. International, Intellectual Property

stricts effectués par les producteurs, mais a aussi permis un renforcement de leur marque et du potentiel d'exportation de leur produit.

Que les communautés visées aient voulu que leurs produits bénéficient d'une plus grande visibilité sur les marchés d'exportation ou qu'ils deviennent bien connus en Thaïlande, le projet de l'OMPI concernant la propriété intellectuelle et la création de marques de produits aux fins de développement des entreprises a contribué pour beaucoup à la sensibilisation de ces communautés à la propriété intellectuelle et a ouvert la voie leur permettant de commercialiser plus efficacement leurs produits. «Les stratégies de création de marques que nous avons mises en place permettent d'étendre les activités à des marchés d'exportation où les acheteurs étrangers peuvent découvrir ces produits, leur origine et les traditions qui leur sont associées», note M. Akkharawit.

La mise au point d'une stratégie efficace en matière de propriété intellectuelle constitue un aspect essentiel du processus de commercialisation, même si elle n'est qu'une première étape. Au cours de la période de mise en œuvre du projet restante, soit jusqu'à mi-2013, l'équipe travaillera donc avec les communautés visées à mettre au point des stratégies efficaces en matière de vente et de distribution. Si les conseils qu'elle leur fournira sont extrêmement précieux, la réussite du projet dépendra en définitive largement de l'allant et de l'esprit d'entreprise des producteurs eux-mêmes. «Ce sera aux communautés elles-mêmes de mener le processus et de se fixer leurs propres objectifs pour l'avenir», indique M. Akkharawit. C'est entre leurs mains qu'est non seulement le sort du «fait artisanal en Thaïlande», de ses marques distinctives et du savoir-faire ancestral auquel il fait appel, mais aussi la perspective d'un élargissement des activités pour les générations futures. ♦

Teenchok en cours de tissage par des femmes du Mae Chaem

Dessin et couleurs typiques du teenchok du Mae Chaem

CRÉATION D'UN ÉCOSYSTÈME de l'innovation en Afrique du Sud

Catherine Jewell,

Division des communications de l'OMPI



Photo: CSIR

M. Sibusiso Sibisi, président du Conseil sud-africain pour la recherche scientifique et industrielle (CSIR) est membre du conseil consultatif de l'Indice mondial de l'innovation publié conjointement par l'INSEAD et l'OMPI.

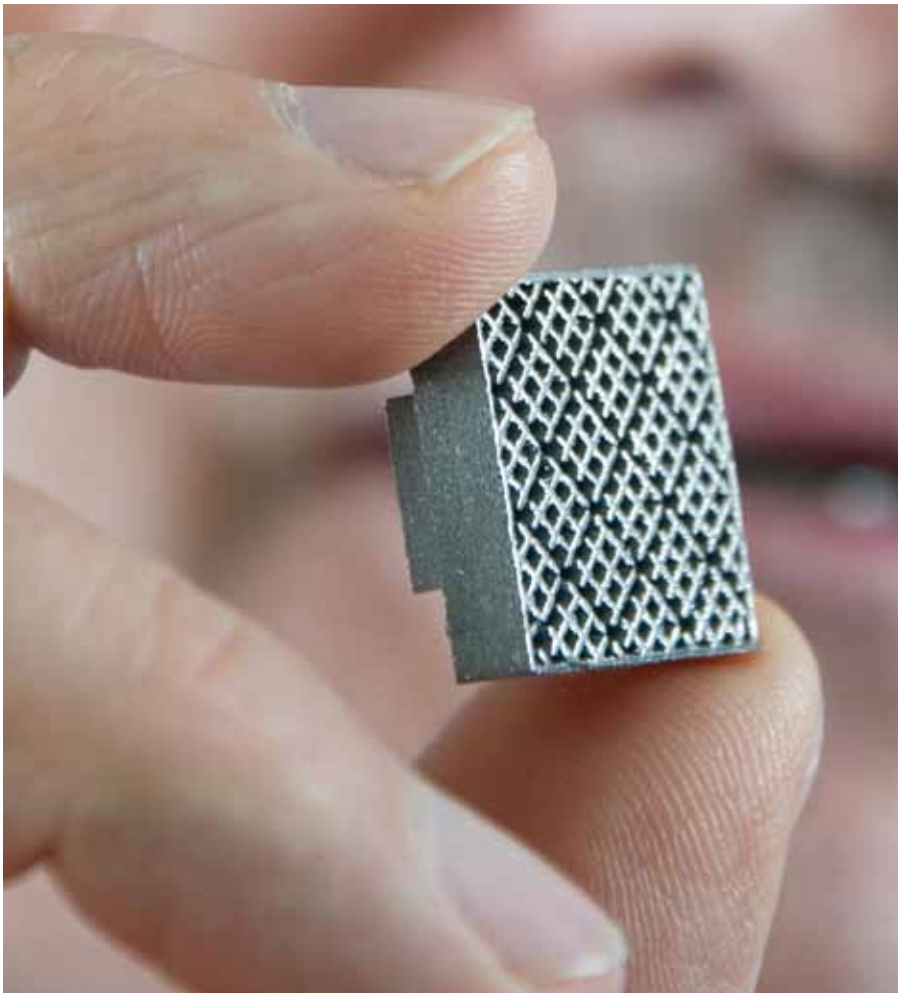
En Afrique du Sud, le Conseil pour la recherche scientifique et industrielle (CSIR), un grand organisme de recherche scientifique et technologique, de développement et d'exécution, est à la tête des efforts déployés au plan national pour transformer le pays en une véritable économie fondée sur le savoir. Le Magazine de l'OMPI a récemment rencontré le président du CSIR, M. Sibusiso Sibisi, pour en savoir plus sur la démarche de l'organisation en matière d'innovation et sur les opportunités et les difficultés qu'elle rencontre dans la promotion d'une culture de l'innovation profitable au plus grand nombre sur le plan économique et social.

Le CSIR est une organisation pluridisciplinaire chargée de faire progresser le savoir, d'appliquer les connaissances existantes et de mettre au point et de tirer parti de nouvelles technologies pour exercer un impact socioéconomique positif conforme aux priorités définies au niveau national. «S'il est assez juste de présenter l'innovation comme un moyen de stimuler la croissance économique, il est essentiel que nos efforts d'innovation visent à améliorer le quotidien de tous les Sud-Africains», souligne M. Sibisi. «En Afrique du Sud, le taux de chômage des jeunes est élevé et les disparités en termes de richesse sont énormes, si bien que nous devons constamment nous poser la question de savoir en quoi nos stratégies d'innovation peuvent aider à lutter contre ces graves problèmes sociaux», observe-t-il. «Quand je parle d'innovation, je ne parle pas seulement de stimuler la croissance économique mais aussi d'aider la population à échapper à la pauvreté. Je ne parle pas seulement de créer une société qui emploie des individus mais de créer un environnement propice où les individus mettront à profit le processus d'innovation pour créer leurs propres sociétés.»

LE RÔLE DU CSIR

Le CSIR joue un rôle stratégique clé en ce qui concerne l'élaboration du programme national de recherche-développement. Il accorde une grande importance au fait de favoriser le développement de secteurs industriels encore inexistants ou naissants afin de réaliser pleinement le potentiel d'innovation du pays et de parvenir à une croissance économique soutenue. «Plutôt que de privilégier des projets de création d'emplois à court terme, notre rôle est de mener des activités de recherche-développement et de procéder à des transferts de technologie qui stimuleront une activité industrielle durable et la création d'emplois à long terme», explique M. Sibisi. À cet égard, le CSIR ne cherche pas forcément à optimiser les rendements commerciaux en octroyant des licences sur technologies à l'étranger. Au lieu de cela, il s'emploie à déceler et à mettre au point des technologies capables de déboucher sur la création d'entreprises à l'échelle locale, de créer de l'emploi à long terme et de répondre aux besoins locaux.





Photos: CSIR

Composite sandwich renforcé de fibres naturelles après essai de résistance au feu. Traités à l'aide d'un produit ignifugeant sans danger pour l'environnement (pour se conformer aux exigences en matière d'incendie, de fumée et de toxicité), ces panneaux à base de fibres naturelles sont utilisés pour équiper l'intérieur des avions et dans le domaine aérospatial.

La première pièce d'essai en titane réalisée grâce à un procédé de fabrication additive.



Mme Hulda Swai, chargée de recherche principale du CSIR, et son équipe mettent au point un dispositif pour la libération lente de substances médicamenteuses afin de simplifier les schémas thérapeutiques, améliorer l'observance du traitement par les patients et réduire la résistance aux médicaments.

Le CSIR ouvre de nouvelles perspectives dans la production de titane. L'organisation a mis au point un procédé permettant de produire à l'échelle industrielle de la poudre de titane directement à partir de tétrachlorure de titane ($TiCl_4$). Le CSIR établit actuellement une usine pilote pour transformer la capacité de production de titane de l'Afrique du Sud en une option commerciale viable.

AU SERVICE D'INTÉRÊTS SOCIAUX ET ÉCONOMIQUES

Le CSIR s'efforce d'aborder l'industrialisation à tous les niveaux et collabore aussi bien avec des groupes présents au niveau local qu'avec des groupes évoluant dans le milieu de la haute technologie. L'organisation collabore par exemple avec de petits exploitants agricoles pour développer la production d'huiles essentielles destinées à l'industrie française des parfums. «Nous leur apportons différents types de soutien; dans un premier temps, nous les aidons à définir quelles plantes ont la capacité de produire une huile essentielle, puis nous les accompagnons dans la gestion de tous les stades de la chaîne de valeur, de la culture des plantes jusqu'à l'exportation ou aux relations-clients avec des fabricants de parfums européens appliquant des procédés de haute technologie», explique M. Sibisi. «L'étape formelle purement fondée sur la technologie n'est qu'une partie, parfois infime, du gigantesque mécanisme d'appui qui s'avère nécessaire», précise-t-il. «Il ne s'agit pas forcément de proposer quelque chose de nouveau mais de porter un regard novateur sur notre manière de procéder et d'élargir le champ de la mission d'une institution comme le CSIR pour s'assurer qu'une technologie novatrice commence réellement à servir les intérêts sociaux et économiques du pays.»

FAVORISER L'APPARITION DE NOUVEAUX DOMAINES D'ACTIVITÉ

De manière analogue, le CSIR collabore avec des communautés locales pour produire et traiter le sisal destiné à la fabrication de différents éléments de la Mercedes Classe C assemblée en Afrique du Sud et mise en vente dans le monde entier. L'industrie aérospatiale envisage elle aussi d'équiper ses avions d'éléments à base de sisal.

De même, l'industrie aérospatiale recherche de plus en plus activement des métaux légers, à l'image du titane, pour la construction de ses aéronefs. Or, l'Afrique du Sud possède d'immenses ressources minières, dont d'importants gisements de titane et de platine. Cependant, depuis de nombreuses années, ces ressources sont extraites et exportées vers d'autres pays où elles sont transformées en produits à plus forte valeur ajoutée. Aujourd'hui, le secteur minier emploie quelque 495 000 ouvriers en Afrique du Sud et rapporte près de 162 milliards de rands sud-africains (environ 19,6 milliards de dollars des États-Unis d'Amérique) en recettes d'exportation annuelles. Dans l'objectif de tirer un meilleur parti de la valeur de ces gigantesques ressources minérales, le CSIR établit actuellement une usine pilote pour transformer la capacité de production de titane du pays en une option commerciale viable. «Nous sommes désormais en mesure de produire de la poudre de titane, laquelle pourra ensuite être utilisée par des presses à injection pour fabriquer différentes pièces; c'est à ce stade que l'industrie du transport aérien entre en jeu», explique M. Sibisi. «C'est une chose de montrer que vous êtes capable de fabriquer une pièce en titane quelque part dans un laboratoire d'Afrique du Sud; c'en est une autre de parvenir à industrialiser la production à grande échelle», ajoute-t-il. Il prévoit que sur un horizon de cinq ans, le CSIR sera en mesure de démontrer qu'il est possible de produire de manière viable des pièces en titane «en quantité et qualité adaptées à la demande des fournisseurs commerciaux».

S'agissant de ces travaux préliminaires, M. Sibisi est catégorique. «Sans cela, nous serons condamnés à continuer d'exporter nos matières premières, sans pouvoir exploiter à leur juste valeur toutes nos ressources et notre capacité à créer une base industrielle solide, gage de la croissance économique à long terme du pays.»

«L'important à nos yeux, au CSIR, ce n'est pas seulement d'aider de jeunes entreprises à prospérer en exploitant une nouvelle technologie, c'est aussi de stimuler de tout nouveaux domaines d'activité industrielle qui n'existaient pas auparavant en Afrique du Sud. C'est sans aucun doute le rôle le plus important qu'il nous est donné de jouer», souligne M. Sibisi. Ce faisant, le CSIR comble le fossé entre le discours et la réalité, «en prenant des mesures qui dépassent les simples cadres politiques pour lancer des initiatives concrètes et vérifier si elles portent leurs fruits ou non dans la pratique.



Si nous ne tentons rien, nous n'obtiendrons aucune réponse», explique M. Sibisi. Ce rôle est essentiel dans des domaines «où le risque est trop important pour qu'une industrie accepte de participer au processus, des perspectives de rendement ne se profilant qu'au bout de plusieurs années. Rien ne nous empêche cependant de commencer à mettre en place ce qui est réalisable et, lors de la présentation de l'argumentaire commercial, d'attirer de grands partenaires industriels à un stade ultérieur».

CONCLURE DES ALLIANCES STRATÉGIQUES

De la même manière, le CSIR œuvre à renforcer les capacités de l'Afrique du Sud en matière de lutte contre les plus graves maladies qui frappent le continent, notamment le VIH et la tuberculose. L'Afrique du Sud affiche le taux d'incidence de la tuberculose le plus élevé au monde et plus de 70% des patients atteints de cette maladie sont co-infectés par le VIH-SIDA. En collaboration avec des partenaires stratégiques, le CSIR élabore un nouveau mode d'administration de médicaments antituberculeux, en faisant appel à la nanotechnologie pour simplifier les schémas thérapeutiques, améliorer l'observance du traitement par les patients et, partant, réduire les cas de tuberculose multirésistante.

Conclure des alliances stratégiques avec des universités, le secteur public et l'industrie est au cœur de la réussite de ces initiatives. Le CSIR collabore avec le secteur privé de deux façons : sur la base contractuelle de projets et, de manière plus stratégique, aux fins d'explorer de nouveaux domaines ou de nouvelles activités. Selon M. Sibisi, il existe de très nombreuses possibilités d'étendre le réseau des partenariats stratégiques du CSIR, et ce à l'intérieur comme à l'extérieur du pays. En Afrique par exemple, il cite la collaboration entamée avec des instituts du Ghana et du Kenya dans l'objectif d'enrichir l'aliment de base, le sorgho, dans le cadre d'un projet financé par la fondation Bill et Melinda Gates. «Inutile de préciser que nous aimerions multiplier les initiatives de ce genre, sachant que les domaines de la nutrition, du transport, de l'environnement et de la gestion de l'eau présentent souvent des difficultés semblables.»

ÉTENDUE DES ACTIVITÉS

En tant qu'organisme de recherche pluridisciplinaire ayant pour mandat d'améliorer le sort de l'industrie et de la population sud-africaines, l'étendue des activités du CSIR est illimitée. «C'est un avantage dans le sens où vous avez la possibilité d'établir vos propres priorités et de progresser aussi loin que vous le jugez nécessaire le long de la chaîne d'innovation», fait remarquer M. Sibisi. «L'inconvénient, c'est que vous risquez de vous disperser et, de ce fait, de perdre en efficacité.» C'est un défi constant auquel sont confrontés M. Sibisi et ses collègues du CSIR : plus leur organisation gagne en efficacité et obtient des résultats, plus les pouvoirs publics les presse de poursuivre le renforcement de ses activités.

« S'il est assez juste de présenter l'innovation comme un moyen de stimuler la croissance économique, il est essentiel que nos efforts d'innovation visent à améliorer le quotidien de tous les Sud-Africains. »



Photo: CSIR

Champs de sisal dans la province du Cap oriental, en Afrique du Sud. Le CSIR collabore avec des communautés locales pour produire et traiter le sisal destiné à la fabrication de différentes pièces automobiles et aéronautiques.

FINANCEMENT

Bien qu'il s'agisse d'un organisme public, les travaux du CSIR ne sont pas entièrement financés par des fonds publics. Trente pour cent de ses ressources correspondent à des deniers publics tandis que 70% proviennent de contrats que lui confient des organismes du secteur public ou privé.

LES DIFFICULTÉS EN MATIÈRE DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

La stratégie de propriété intellectuelle du CSIR s'inscrit dans un cadre juridique national qui prévoit que des travaux de recherche financés par des fonds publics doivent être protégés et exploités dans l'intérêt public, à l'image des dispositions de la loi Bayh-Dole aux États-Unis d'Amérique. À l'heure actuelle, l'organisation détient plus de 400 brevets répartis dans quelque 160 familles de brevets. S'il est aisé de demander une protection par brevet au niveau national, obtenir une protection par brevet au niveau international «est très complexe en raison du coût de l'opération», explique M. Sibisi. Tous les ans, le CSIR est contraint de prendre des décisions difficiles quant aux brevets qu'il souhaite maintenir en vigueur et à ceux auxquels il doit renoncer en fonction des perspectives de commercialisation. «Nous prenons le risque d'écarter une découverte importante mais, à moins de pouvoir l'exploiter d'une façon ou d'une autre, nous n'avons pas les moyens financiers de conserver un vaste portefeuille de brevets internationaux», fait observer M. Sibisi. L'application des droits de propriété intellectuelle constitue un défi supplémentaire.

Ces 10 dernières années, le CSIR a concédé un très grand nombre de licences sur ses actifs de propriété intellectuelle et, au fil de négociations souvent complexes, l'organisation a pu affiner ses pratiques en la matière. «Nous devons nous développer, nous en sommes bien conscients, mais nous devons le faire de manière naturelle, à un rythme qui corresponde à la fois à nos activités et aux résultats que nous obtenons; d'un autre côté, en l'absence de ressources, nous n'obtiendrons pas de résultats», explique M. Sibisi. Outre le fait d'établir avec précision la titularité des droits de propriété intellectuelle, «déterminer si le flux de droits de propriété intellectuelle est suffisant, notamment en ce qui concerne les brevets sur le point de connaître un grand succès sur le plan commercial», est une autre grande question particulièrement difficile à résoudre.

Le CSIR applique une stratégie de commercialisation en trois volets: création d'une jeune entreprise dans laquelle l'organisation détient une participation, vente pure et simple des actifs de propriété intellectuelle, puis concession de licences. Dans le cadre du processus de concession de licences, dès lors qu'une technologie promet d'être dans l'intérêt public, un double modèle de concession est appliqué. À titre d'exemple, une licence sans redevance sur l'implant oculaire mis au point par le CSIR – un œil artificiel qui permet une synchronisation des mouvements oculaires avec l'œil sain dans un souci esthétique

– a été concédée au système de santé national tandis qu'une licence commerciale était octroyée au secteur privé.

Nul besoin de chercher à convaincre le président du CSIR de la place de la propriété intellectuelle sur l'échiquier de l'innovation. «La propriété intellectuelle joue un rôle crucial. C'est le fondement de la croissance et de la compétitivité des États et, dans un monde où une grande partie de ce que nous faisons ou fabriquons est fortement tributaire du savoir, il serait insensé d'en faire abstraction», indique-t-il

BÂTIR UNE ÉCONOMIE INNOVANTE

Si l'Afrique du Sud a la chance de disposer de ressources minières considérables, d'un secteur financier très solide et d'un cadre réglementaire vigoureux, M. Sibisi souligne la nécessité de poursuivre le renforcement de l'écosystème d'innovation du pays et, en particulier, de renforcer les compétences qui servent de fondement à toute économie innovante. «Nous devons continuer de mettre l'accent sur l'acquisition de compétences entrepreneuriales pratiques, et ce par-delà l'enseignement dispensé dans les écoles de commerce, aussi important qu'il soit. Nous devons privilégier les compétences qui favorisent l'émergence d'entreprises dynamiques et innovantes».

S'agissant du financement de l'innovation, M. Sibisi précise: «Ce n'est pas seulement une question d'apports. Nous devons commencer à accorder une plus grande attention à l'obtention d'un financement et d'un soutien adéquats, parfaitement ciblés et correctement distribués». Selon lui, la culture de l'«investisseur providentiel» étant peu répandue en Afrique du Sud, et sur le continent africain en général, il s'agit là d'un très important fossé à combler pour les financements publics. «C'est une chose d'encourager à déposer des brevets, c'en est une autre de passer à l'étape de la commercialisation et de réellement récolter les fruits de l'innovation sur le plan social.»

UN HOMME INVESTI D'UNE MISSION

M. Sibisi se sent investi d'une mission. «Demain, je veux pouvoir parler d'un tout nouveau secteur dont l'essor aura été rendu possible grâce aux fondements qu'aura jetés le CSIR en Afrique du Sud. Je veux pouvoir citer plusieurs exemples de régions où, grâce à notre intervention, l'insertion est meilleure, les emplois plus nombreux et la pauvreté en recul. Je veux que la culture de l'innovation gagne tout le pays et que l'Afrique du Sud devienne un acteur de premier plan sur la scène de l'innovation.» Grâce à sa collaboration avec un très large éventail de parties prenantes et à la rigueur avec laquelle elle exerce ses talents pluridisciplinaires, l'organisation est bien placée pour relever les défis complexes que pose l'innovation d'aujourd'hui. «En tant que représentants et chefs de file d'un continent doté d'un énorme potentiel, nous avons l'obligation d'y parvenir», indique M. Sibisi. «Dans le cas contraire, nous ferions preuve de défaitisme et nous laisserions échapper une occasion que l'Afrique du Sud a le devoir de saisir.» ♦

SINGAPOUR, TERRE D'INNOVATION

En l'espace de 10 ans, Singapour est progressivement parvenu à se classer parmi les économies les plus compétitives d'Asie, parmi les endroits au monde où il est le plus facile de faire des affaires et parmi les «terres d'innovation». En troisième position de l'Indice mondial de l'innovation pour la deuxième année consécutive, Singapour recueille les fruits de sa ferme détermination à développer des secteurs à forte intensité d'innovation et de savoir. Et cette tendance devrait se poursuivre: en 2010 en effet, le Premier ministre, M. Lee Hsien Loong a annoncé que sur la période 2011–2015, le pays allait investir 16,1 milliards de dollars de Singapour (12,9 milliards de dollars des États-Unis d'Amérique), soit une augmentation de 20% par rapport aux cinq années précédentes, en faveur de la recherche, de l'innovation et du développement de l'entreprise. «La recherche et l'innovation sont essentielles à la compétitivité de nos industries, servent de catalyseur à la croissance et transforment l'économie. Le capital intellectuel est inégalement amené à jouer un rôle déterminant dans la prochaine phase de notre développement économique», a déclaré le Premier ministre lors d'une conférence de presse en septembre 2010.

La recherche-développement (R-D) est devenue la pierre angulaire de la stratégie économique du pays. D'ici à 2015, Singapour entend accroître ses dépenses brutes dans ce domaine pour atteindre 3,5% du produit intérieur brut (PIB). Le secteur tertiaire du pays – ses universités, instituts de recherche et écoles polytechniques – joue un rôle clé en tant que vivier de l'innovation qui sous-tend ses résultats économiques. Parallèlement, les bureaux de transfert de technologie établis dans chacun de ces secteurs jouent un rôle déterminant en ce qui concerne le passage des technologies du laboratoire au marché. Ils contribuent à déceler le potentiel commercial des activités de recherche, à veiller à qu'elles soient axées sur l'obtention de résultats et à élaborer des stratégies pour leur exploitation commerciale.

Le Magazine de l'OMPI s'est récemment entretenu avec M. Valdeew Singh, directeur du Centre pour l'innovation et la commercialisation technologiques (CTIC), la division Entreprises de l'école polytechnique de Nanyang (NYP), pour en savoir plus sur le rôle du CTIC et les difficultés qu'il rencontre dans la gestion des actifs de propriété intellectuelle de la NYP. L'école polytechnique s'est vue décerner plusieurs prix prestigieux en reconnaissance de ses innovations et de son excellence en affaires et en organisation, dont le Singapore Quality Award,

l'Innovation Excellence Award et le People Excellence Award. L'école est également une fervente utilisatrice des services de propriété intellectuelle de l'OMPI.

Créé en 2008, le CTIC fait figure, dans une certaine mesure, de nouveau venu dans le domaine du transfert de technologie. Pour autant, il a rapidement apporté la preuve de son utilité en matière de détection, de protection, de gestion et d'exploitation commerciale des actifs de propriété intellectuelle de la NYP. Sa mission «est de servir de passerelle efficace entre l'école et l'industrie afin de faciliter le transfert de technologie dans l'intérêt commun, économique et social de Singapour. Il fait office d'intermédiaire chargé d'appuyer l'industrie locale et la communauté singapouriennes grâce aux inventions et innovations de la NYP», explique M. Singh. Pour ce faire, il aide à lancer des projets de recherche dans l'ensemble de l'école polytechnique, à stimuler l'innovation et l'esprit d'entreprise et à encourager et faire évoluer les initiatives entrepreneuriales des étudiants.

Le CTIC travaille en étroite collaboration avec les sept départements de l'école polytechnique – ingénierie, informatique, chimie et sciences de la vie, sciences de la santé, médias numériques et interactifs, conception et gestion des entreprises – pour réaliser les deux objectifs stratégiques de la NYP: cultiver l'esprit d'innovation et d'entreprise et «vendre» ses idées. «Le rôle et les responsabilités du CTIC ont évolué au fil des ans et le centre ouvre aujourd'hui de nouveaux horizons en matière d'innovation et d'initiative au sein de la NYP», déclare M. Singh.

LA PROTECTION ET LA GESTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Si le centre se consacre essentiellement à la gestion du portefeuille d'actifs de propriété intellectuelle et à la concession de licences, il joue également un rôle clé dans la coordination du financement des activités de recherche-développement, le renforcement de la collaboration avec d'autres universités et instituts de recherche et la création de liens avec des partenaires du monde de l'industrie et des affaires.

Le mécanisme de gestion et de commercialisation des actifs de propriété intellectuelle du centre [voir figure 1] définit de manière claire et systématique chaque étape du passage d'une idée du laboratoire au marché. Dès qu'une invention a été divulguée et a fait l'objet d'un descriptif, elle est soumise à l'agent du département concerné à l'intérieur de l'école, lequel réalise une évaluation préliminaire avant de la transmettre au



Photos: NYP-CTIC

Des chercheurs de la NYP ont conçu un simulateur de course multimédia pour promouvoir le Grand Prix de Formule 1 Singtel de Singapour, ouvrant de nouvelles perspectives en matière d'innovation, de modification et de production dans le domaine du jeu. Le codage et les actifs graphiques ainsi produits sont protégés au titre du droit d'auteur et sont la propriété de la NYP.

Un dispositif d'alarme personnel intégré à un téléphone portable émet un puissant signal sonore pour attirer l'attention en cas d'attaque de son propriétaire. Il offre également une fonction qui permet aux personnes de l'entourage de recevoir un signal de détresse lorsqu'elles sont connectées. Cette invention a été déposée selon le PCT le 5 octobre 2007 (PCT/SG2007/00034).

CTIC. Les agents de propriété intellectuelle sont spécialisés dans leurs domaines respectifs et bénéficient d'une formation en protection et gestion des actifs de propriété intellectuelle dispensée par le CTIC.

Grâce à cette solide équipe pluridisciplinaire, le CTIC peut compter sur un immense vivier de compétences au sein même de l'école polytechnique, tirer parti de l'expérience acquise et élargir son rayon d'action et son réseau de contacts. Dès réception du dossier de divulgation d'invention, les agents en charge de l'aspect technologique contrôlent et évaluent minutieusement le potentiel de l'invention en termes de propriété intellectuelle. Une grille sur «la technologie et le marché» spécialement conçue à cet effet aide à classer les technologies en lice de manière objective et à établir de façon cohérente si elles présentent un caractère brevetable et viable d'un point de vue à la fois technologique et commercial. Dans l'affirmative, une recommandation est émise sur la façon de protéger et d'exploiter l'invention sur le plan commercial.

«La décision de demander ou non une protection au titre de la propriété intellectuelle dépend en grande partie de l'analyse du rapport coûts-avantages», explique M. Singh. «Si la technologie est jugée adaptée au seul marché local, alors une demande de brevet est déposée au niveau national pour Singapour. En revanche, si elle présente un intérêt à l'échelle internationale, alors nous préférons recourir à la procédure du Traité de coopération en matière de brevets (PCT). Par la suite, une demande d'entrée dans la phase nationale pour certains pays peut être envisagée, en fonction des débouchés commerciaux et de l'intérêt manifesté par des preneurs de licences ou des partenaires industriels vis-à-vis d'un marché cible donné. Si on a besoin de plus de temps pour évaluer l'intérêt et le potentiel de telle ou telle technologie, on opte pour une demande de brevet provisoire,» précise-t-il.

«L'OMPI offre une gamme de services utile et complète en matière de dépôt et d'enregistrement. L'outil Patentscope est particulièrement précieux pour effectuer une recherche rapide sur les demandes déposées selon le PCT. Nous y avons recours lors de l'opération de contrôle préalable avant de faire appel à des juristes spécialisés dans les brevets», indique-t-il. «Les bases de données de l'OMPI sont également très utiles pour obtenir des informations sur le paysage de la propriété intellectuelle dans un domaine technologique précis, par exemple les technologies propres».

En moyenne, le CTIC soumet 15 demandes de brevet par an. À ce jour, quelque 188 demandes de brevet ont été déposées et 137 brevets ont été délivrés. Ils se rapportent à des inventions relevant de domaines aussi variés que la biotechnologie (sciences de la vie, dispositifs et systèmes biomédicaux, bioinformatique), l'informatique et les technologies de l'information, l'ingénierie (électrique, électronique et mécanique, ainsi que la robotique et l'automatisation), la santé et les matériaux. Le CTIC s'occupe de l'enregistrement des dessins et modèles et de la protection au titre du droit d'auteur pour les contenus et les méthodes d'enseignement et d'apprentissage, les jeux, les clips d'animation et les applications logicielles. Il gère également les secrets d'affaires détenus par la NYP sur ses recettes alimentaires et ses procédés de fabrication exclusifs.

LA CONCESSION DE LICENCES

La concession de licences est actuellement au cœur de la stratégie de commercialisation du CTIC. À ce jour, le centre a participé aux négociations de 33 contrats de licence et, en moyenne, il conclut quelque 12 accords de ce type par an. Pour s'assurer de la solidité des différents types de contrats de licence dont il traite, le centre a dressé une liste de contrôle complète des éléments à prendre en compte

lors des négociations, notamment le type de licence octroyée, sa durée, les territoires pour lesquels la licence est concédée, le domaine d'utilisation, les redevances à verser et le mode de paiement, l'étendue des droits du donneur de licence, les recours en justice et le maintien en vigueur des actifs de propriété intellectuelle, les dédommagements, les garanties et les infractions.

S'agissant de la négociation d'accords de licence avec des partenaires technologiques de pays en développement, le CTIC «veille à rendre la licence abordable pour la partie concernée, en échange de garanties en matière d'usage loyal et sur le fait que le preneur de licence s'efforcera d'utiliser ou d'exploiter au mieux les actifs de propriété intellectuelle en question. Si la technologie présente un avantage potentiel pour la collectivité, les conditions du contrat de licence sont généralement plus souples», explique M. Singh.

Les efforts de commercialisation du CTIC sont guidés par la volonté de générer des avantages économiques et sociaux. «Nous ne cherchons pas à maximiser les profits mais à servir d'intermédiaire pour soutenir l'industrie locale et la communauté, contribuer activement au renforcement des capacités technologiques et améliorer la qualité de vie. Les recettes générées sont réinjectées dans l'école polytechnique pour garantir son avancement technologique constant», fait observer M. Singh.

LA CRÉATION D'ENTREPRISES

La détermination de la NYP à cultiver l'esprit d'innovation et d'entreprise commence également à porter ses fruits avec l'apparition de jeunes pousses. À ce jour, cinq jeunes entreprises ont ainsi été créées par des collaborateurs, des étudiants et d'anciens élèves de la NYP dans les domaines des sciences de la vie, de l'électronique, des technologies de l'information et de la communication, de la technologie alimentaire, des médias numériques et interactifs et du commerce en ligne. M. Singh voit dans ces créations d'entreprises l'occasion pour la NYP de redoubler d'efforts sur le front de la commercialisation. La gamme complète de «services d'appui à la commercialisation» offerts par le CTIC joue d'ailleurs un rôle important à cet effet. Le CTIC peut par exemple présenter à la NYP des jeunes pousses susceptibles d'étoffer le portefeuille d'actifs de propriété intellectuelle de l'école ou bien les présenter à des conseillers en affaires ou des groupes de bailleurs de fonds. Le service de veille économique et technologique du centre aide les entreprises à cerner les possibilités et à atténuer les risques, tandis que les incubateurs gérés par la NYP aident les jeunes pousses à prendre leur envol. Ces incubateurs, qui comprennent notamment 15 laboratoires «secs» (pour l'ingénierie, les technologies de l'information et de la communication, l'informatique et les médias numériques et interactifs) et 8 laboratoires «humides» (pour les sciences de la vie, la science des matériaux et la technologie alimentaire), multiplient également les occasions d'apprentissage, une source de données précieuses pour la recherche et l'industrie qui pourront être utiles tant aux jeunes pousses comme à la NYP.

L'école polytechnique «part d'un principe gagnant-gagnant pour garantir l'existence d'intérêts communs et d'avantages réciproques», explique M. Singh. Elle a mis sur pied tout un éventail de centres technologiques spécialisés dans des domaines précis, en collaboration avec de grands fournisseurs de solutions technologiques et différents partenaires, afin de favoriser le développement de ses capacités techniques dans tel ou tel domaine et d'encourager des entreprises locales à fournir des solutions sur mesure, type clés en main, qui répondent à leurs besoins propres. «Cette démarche nous permet d'avoir accès aux dernières technologies et à un savoir-faire de pointe, de nous tenir informés des évolutions les plus récentes et de mieux cerner les besoins du marché, tout en nous donnant la possibilité de participer à l'élaboration de projets industriels ou de recherche-développement, ce qui présente l'intérêt d'accroître la visibilité de nos étudiants et de nos collaborateurs», note M. Singh. «Parallèlement, le secteur industriel bénéficie d'un accès à des compétences, des installations et des ressources susceptible de l'aider à améliorer ses produits, procédés et services.



Photo: NYP-CTIC



Une petite et moyenne entreprise locale spécialisée en robotique a concédé sous licence un kit de développement logiciel ou matériel sous forme de robot à deux roues conçu par la NYP; il se compose d'un robot, d'un module de vision de type suivi de balle, d'un module de contrôle du mouvement et d'un module de communication PC-robot. Le kit et ses modules sont protégés au titre du droit d'auteur et sont la propriété de la NYP.

En collaboration avec le Centre national de cardiologie, des chercheurs de la NYP ont mis au point une valve hémostatique qui a été concédée sous licence à un fournisseur d'appareils médicaux et électroniques qui propose des solutions aux industries de la santé, du diagnostic, de l'électronique et des appareils médicaux dans le monde entier. Cette invention a été déposée selon le PCT le 27 juin 2008 (PCT/SG2008/000232).

Nous proposons également des programmes spécifiques d'apprentissage et de formation continue pour aider à renforcer et à mettre à jour les compétences des employés du secteur industriel afin qu'elles restent actuelles et pertinentes.»

LES DÉFIS À RELEVER

Créer une chaîne de valeur efficace et entièrement intégrée pour la mise sur le marché d'idées novatrices est l'un des plus grands défis que doit relever le CTIC. Il s'agit notamment de mettre en œuvre une stratégie de recherche, d'innovation et d'entreprise à la fois globale, appliquée à l'ensemble de l'école polytechnique, qui mette en correspondance les individus, les ressources et les technologies et qui joue un rôle clé dans la création d'un solide réservoir de nouveaux actifs de propriété intellectuelle. Se tenir informé des dernières avancées technologiques et de l'évolution constante du paysage commercial et conserver un portefeuille épuré composé d'actifs de propriété intellectuelle de qualité et à fort potentiel commercial figurent parmi d'autres défis à relever par le CTIC. Néanmoins, tout défi s'accompagne d'opportunités. Ainsi, M. Singh pense qu'il existe de formidables possibilités de renforcer les relations de collaboration avec des bureaux de transfert de technologie au même état d'esprit, tant au niveau national qu'à l'international. De tels réseaux permettraient :

- d'étendre le rayonnement commercial au-delà du simple marché singapourien;
- d'ouvrir des perspectives de regroupement d'actifs de propriété intellectuelle débouchant sur des propositions commerciales plus attrayantes;
- de favoriser la recherche-développement translationnelle afin de proposer des produits commerciaux plus adaptés; et
- de créer des possibilités de partage des meilleures pratiques et des données d'expérience.

Si un encadrement rigoureux, le soutien d'un organisme d'attache et un réservoir solide de technologies prometteuses sont des éléments d'une importance fondamentale, l'expérience du CTIC constitue également une source d'enseignements précieux pour tous ceux qui se lancent dans le transfert de technologie. Il importe notamment de :

- recruter des collaborateurs compétents, bien formés et motivés, reconnus à leur juste valeur et récompensés pour leurs réalisations; une équipe conjuguant du «sang neuf» à des «anciens» peut obtenir des résultats surprenants, faire jaillir de nouvelles idées et acquérir de nouvelles compétences soigneusement tempérées par l'expérience et le savoir institutionnel;
- adopter des politiques et des pratiques souples et pragmatiques pour tirer profit des ressources existantes, du potentiel et des capacités disponibles et aspirer à une amélioration plutôt qu'à un remaniement;
- offrir un éventail de services de soutien à l'innovation et aux entreprises à la fois cohérents, efficaces et transparents et mettre en place un service de veille économique et technologique efficace;

- nouer et renforcer les relations avec des partenaires industriels, des instituts de recherche et d'autres «agents de liaison», à l'intérieur comme à l'extérieur de l'organisation; les personnes qui vous connaissent sont aussi importantes que celles que vous connaissez; et
- encourager l'esprit d'innovation, ne pas perdre de vue ses objectifs et faire preuve de persévérance.

Résolu à préserver sa compétitivité et à assurer une croissance économique durable, Singapour a réussi, au cours des 10 dernières années, à se transformer en une économie fondée sur le savoir et l'innovation. «Les activités de recherche-développement sont le moteur de la compétitivité du secteur industriel national; elles servent de catalyseur à la croissance et, espérons-le, continueront de transformer l'économie», explique M. Singh. Les établissements locaux d'enseignement supérieur jouent un rôle décisif dans ce processus et les compétences, les ressources et le capital intellectuel qu'ils renferment sont autant d'atouts pour «stimuler l'innovation, ouvrir de nouvelles perspectives sous la forme de nouvelles industries, de nouvelles entreprises et de nouveaux emplois», affirme M. Singh. Le succès avec lequel Singapour a réussi à façonner son propre paysage de l'innovation offre des enseignements précieux sur la façon de mettre en place un écosystème de l'innovation fonctionnel et productif à l'appui de la croissance économique du pays. Reconnue comme chef de file en matière d'innovation, l'école polytechnique de Nanyang contribue activement au développement soutenu de l'économie, de l'industrie et de la main d'œuvre de Singapour. ♦



Les incubateurs de la NYP – 15 laboratoires «secs» (pour l'ingénierie, les technologies de l'information et de la communication, l'informatique et les médias numériques et interactifs) et 8 laboratoires «humides» (pour les sciences de la vie, la science des matériaux et la technologie alimentaire) – multiplient les occasions d'apprentissage pratique et sont une source de données précieuses pour la recherche et l'industrie.

SPORT,
ARTICLES
DE SPORT
et marché

*Jochen M. Schaefer, conseiller juridique
de la Fédération mondiale de l'industrie
des articles de sport (WFSGI)*





Les amateurs de sport du monde entier ont été éblouis par les performances des athlètes qui ont participé aux Jeux olympiques et paralympiques de 2012 à Londres. Dans de précédents numéros, le Magazine de l'OMPI a traité sous divers angles de l'importance de la propriété intellectuelle pour différentes organisations sportives. Le présent article aborde la question au regard de l'industrie des articles de sport.

L'industrie du sport est un vaste secteur qui s'étend de la vente de produits alimentaires aux souvenirs en passant par la cession de droits aux médias et les partenariats. De nombreux acteurs sont concernés : les clubs, les ligue, les partenaires, les radiodiffuseurs et bien sûr les entreprises qui fabriquent tous les équipements qui permettent aux athlètes de pratiquer des sports de haut niveau, c'est-à-dire l'industrie des articles de sport. Selon une étude réalisée en 2011 par le cabinet de consultants en gestion A. T. Kearny, le poids de l'industrie mondiale du sport est estimé à 620 milliards de dollars É.-U.

Quelle que soit leur taille, les sociétés qui fabriquent des articles de sport dépensent des millions de dollars É.-U. par an pour mettre au point de nouveaux produits et améliorer les produits existants, à l'intention non seulement de l'élite sportive mais aussi des amateurs et des personnes qui apprécient de porter au quotidien des chaussures et des vêtements de sport confortables. Bon nombre de ces sociétés investissent aussi des sommes considérables pour financer de jeunes athlètes

La chaussure à pointes Nike Zoom Victory Elite jaune fluorescent de la Nike Volt Collection créée spécialement pour les Jeux olympiques, portée par le champion du 10 000 et du 5000 mètres Mo Farah et par 400 autres athlètes, ne pèse que 98 grammes.



talentueux de communautés du monde entier, qui pourraient bien devenir les héros sportifs de demain. Le système de la propriété intellectuelle et la protection qu'il accorde jouent un rôle essentiel en permettant aux fabricants d'articles de sport de continuer d'investir dans la recherche et le développement d'équipements toujours plus performants et plus abordables pour les athlètes d'aujourd'hui et de demain.

Photo: Adidas

LA COURSE TECHNOLOGIQUE

Presque tous les sports bénéficient des avancées technologiques dans les matériaux et les procédés utilisés. Les matériaux naturels (bois, ficelle, boyau, caoutchouc) utilisés pour les équipements d'autrefois sont progressivement remplacés par une large gamme de matériaux synthétiques très élaborés, y compris des alliages et des polymères. L'équipement fabriqué avec ces matériaux plus légers et plus résistants a permis aux athlètes du monde entier de réduire le nombre de blessures et de repousser leurs limites.

Le chef d'entreprise allemand Adolf («Adi») Dassler, qui a fondé Adidas, a été l'un des premiers à commercialiser avec succès un article de sport technologiquement avancé, avec sa chaussure de football innovante semi-montante, dotée d'une semelle en nylon de poids léger et de crampons vissés. C'est avec ces chaussures que l'équipe allemande a gagné la finale de la coupe du monde de 1954 contre la Hongrie à Berne (Suisse). De fortes pluies ayant rendu le terrain très glissant, l'équipe allemande a décidé d'utiliser les chaussures innovantes d'Adi Dassler. Leurs crampons plus longs ont permis aux joueurs de mieux tenir sur le terrain et de mieux contrôler le ballon, ce qui les a aidés à gagner le match.

Depuis, des progrès extraordinaires ont été réalisés dans la conception des chaussures utilisées dans toutes les disciplines sportives, grâce à d'importants investissements dans la recherche-développement. Aujourd'hui, les grands fabricants d'articles de sport (comme Nike, Puma, Asics et d'autres) consacrent plus de 1% de leur chiffre d'affaires annuel à la recherche-développement.

adidas®



asics®

La conception d'Adizero illustre la conviction du fondateur d'Adidas Adi Dassler que «légèreté égale vitesse». Créée au Japon, la gamme Adizero fait appel à des techniques artisanales traditionnelles et utilise des matières respirantes de haute technologie. Mise au point en collaboration avec le coureur américain Tyson Gay et l'heptathlète britannique Jessica Ennis, cette chaussure est dotée d'une semelle en carbone de 1,3 mm pour réduire au minimum les pertes d'énergie et de pointes permanentes en nanocéramique permettant d'optimiser la propulsion pour une vitesse accrue.

Nike, Puma, Asics et d'autres consacrent plus de 1% de leur chiffre d'affaires annuel à la recherche-développement.



Michael Phelps, l'athlète olympique le plus récompensé de tous les temps, est associé à Speedo depuis 2001. La technologie IQ Fit de Speedo mise au point par Aqualab, le bonnet Fastskin3 et les lunettes Fastskin3 Super Elite et Elite garantissent une hydrodynamique optimale. Lorsque ces articles sont associés, la réduction de la force de traînée du corps entier peut aller jusqu'à 5,7%, gage de meilleurs résultats.

Dans des laboratoires d'essai (hautement sécurisés) équipés des dernières technologies en date, les marques sportives travaillent en étroite collaboration avec des athlètes de haut niveau, mesurant et enregistrant leurs mouvements pour mettre au point des équipements permettant d'obtenir les meilleurs résultats. Certaines marques disposent même d'installations construites spécialement pour mettre au point et tester les équipements dans des conditions variables. Par exemple, le centre mondial de recherche-développement de Speedo, Aqualab, a collaboré avec des athlètes, des entraîneurs, des spécialistes du sport, des experts mondiaux en hydrodynamique, des ingénieurs spécialisés dans l'optique et des psychologues pour mettre au point son système innovant Fastskin Racing System®. Cette gamme complète associe vêtements de bain et équipement pour permettre aux nageurs de fendre l'eau avec une efficacité maximale. C'est dans ces laboratoires de pointe que se mène la course technologique dans le domaine du sport.

Les chaussures de sport les plus légères au monde, aussi légères qu'une plume, sont des concentrés de technologie. La chaussure de course à pointes Nike Zoom Victory Elite jaune fluorescent de la Nike Volt Collection créée spécialement pour les Jeux olympiques et portée par le champion du 10 000 et du 5000 mètres Mo Farah et par 400 autres athlètes, ne pèse que 98 grammes. La chaussure de course à pointes Adizero Prime SP d'Adidas, mise au point en collaboration avec le coureur américain Tyson Gay et l'heptathlète britannique Jessica Ennis, pèse elle aussi moins de 100 grammes.

La haute technologie est la clé, la formule magique qui permet de mettre au point de nouveaux produits ingénieux. Ces produits permettent ensuite aux athlètes d'établir de nouveaux records pour le plus grand bonheur des médias et des passionnés de sport du monde entier.

VÊTEMENTS INTELLIGENTS

La convergence technologique et les vêtements de sport intelligents sont les derniers phénomènes à la mode dans le domaine de l'innovation en matière d'articles de sport. Les prévisions de croissance pour la haute technologie dans le domaine du sport sont telles que de nombreuses marques opérant dans d'autres secteurs sont très désireuses de se tailler une part du marché. Les grands fabricants d'appareils électroniques grand public comme Apple, Nokia et Samsung travaillent en étroite collaboration avec des marques sportives réputées en vue de mettre au point de nouvelles technologies en rapport avec le sport (et de créer de nouvelles sources de revenus). Par exemple, Apple Inc. a fait une incursion dans le secteur avec sa trousse de sport Nike + Ipod qui, grâce aux capteurs placés dans les chaussures Nike+, permet aux utilisateurs d'Ipod de recevoir des informations en temps réel lors de leurs entraînements en extérieur et de faire le suivi de leurs performances.

En janvier 2012, Apple a obtenu un brevet (US Patent n° 8 088 258) pour un «vêtement intelligent» sur lequel sont fixés des capteurs ultramodernes qui transfèrent des données (par exemple, des informations relatives à la localisation, des

données physiologiques sur la personne qui porte le vêtement et des informations sur les caractéristiques et l'usure du vêtement) vers un dispositif extérieur de traitement de données tel qu'un lecteur multimédia numérique portatif relié à un serveur informatique.

D'après les estimations, les ventes de capteurs pour le sport passeront de 20 millions en 2011 à près de 170 millions en 2017. L'engouement pour ce marché porteur, qui devrait donner lieu à de nouvelles coentreprises et à de nouveaux contrats de licence, n'est guère surprenant. Le succès de ces coentreprises reposera en grande partie sur une gestion efficace des actifs de propriété intellectuelle et sur l'accès à des services de propriété intellectuelle abordables, efficaces et faciles à utiliser, comme le Traité de coopération en matière de brevets (PCT).

DESSINS ET MODÈLES À SUCCÈS

Les articles de sport du XXI^e siècle s'inspirent du sport, du mode de vie et de la mode. La conception du produit, qu'elle soit tournée vers le passé ou vers l'avenir, est un élément essentiel de son succès commercial. Il est tout aussi crucial de protéger les droits sur ces dessins et modèles. Ces droits, appelés brevets de dessin ou modèle aux États-Unis d'Amérique, jouent un rôle très important en donnant aux fabricants d'articles de sport les moyens de se défendre contre les atteintes. Par exemple, plus tôt dans l'année, Nike a déposé une plainte contre une entreprise asiatique de fabrication de chaussures auprès du tribunal de district du Nevada (États-Unis d'Amérique), pour violation de 23 de ses brevets de dessin ou modèle enregistrés (voir : www.scribd.com/doc/80766087/Nike-et-al-v-QiLoo-International).

On se saurait trop insister sur l'importance de la propriété intellectuelle dans les stratégies commerciales des fabricants d'articles de sport. Ce facteur essentiel, qui permet aux entreprises de rester compétitives, est un élément clé dans la bataille qui les oppose aux fabricants de produits de contrefaçon, dont elles sont trop souvent les victimes. La Sporting Goods Manufacturers Association (SGMA), association professionnelle qui regroupe les grandes marques industrielles de sport et de culture physique, a estimé à environ 1,4 milliard de dollars É.-U. la valeur à la vente des articles de sport de contrefaçon qui ont été saisis en 2010 par les services des douanes et les autorités chargées de l'application des droits sur le seul territoire des États-Unis d'Amérique.

CRÉATION D'UNE MARQUE

Tandis que les droits attachés à des brevets ou à des dessins et modèles jouent un rôle extrêmement important dans la préservation des technologies de pointe qui exercent un attrait important sur les consommateurs, les fabricants d'articles de sport dépendent des marques qui définissent leur image de marque. La capacité à obtenir rapidement, efficacement et sans trop de frais la protection d'une marque sur plusieurs marchés est essentielle dans le contexte commercial actuel. Les services d'enregistrement international des marques de l'OMPI sont particulièrement utiles à cet égard. Ils offrent aux



Le maillot Under Armour® Biometric Compression enregistre plusieurs données pendant une activité sportive, comme le rythme cardiaque et la force G. Les informations peuvent aussi être transférées en temps réel sur les écrans des stades.



La célèbre joueuse de tennis russe Maria Sharapova a conclu un partenariat avec le grand fabricant de raquettes de tennis HEAD en janvier 2011. Elle utilise une raquette de la série YouTek™ Instinct IG qui intègre la technologie innovante de structure composite hybride Innegra™ permettant de réduire les vibrations provoquées par l'impact de la balle pour un meilleur contrôle. La forme fine et aérodynamique de la tête de la raquette accroît aussi la maniabilité de celle-ci tout en permettant des mouvements plus rapides.

petits comme aux grands fabricants d'articles de sport un moyen rapide, facile et économique de faire enregistrer leurs marques dans de nombreux pays. Cela représente bien sûr un premier pas essentiel vers la reconnaissance des marques et l'augmentation de leur valeur.

En 40 ans d'existence, Nike et son logo emblématique ont marqué l'esprit des consommateurs et Nike est devenue l'une des marques sportives les plus connues au monde, jouissant d'un attrait quasi-universel avec une reconnaissance mondiale de 97%. Cette marque simple mais inoubliable, dont le poids a été estimé en 2011 par Interbrand à 14,528 milliards de dollars É.-U., apporte une contribution substantielle à l'entreprise en termes d'image, de valeur et de performance.

Lors d'événements sportifs majeurs, les marques sportives jouissent d'un avantage déterminant par rapport aux autres partenaires officiels : elles occupent une place centrale. Dans ces manifestations très médiatisées, tous les regards se tournent vers les athlètes qui portent ou utilisent des équipements de marque. Certaines marques cherchent à être plus visibles, par exemple en adoptant des couleurs vives (comme le jaune fluorescent de la Nike Volt Collection) qui ressortent clairement dans la tenue d'une équipe. Cependant, cette pratique n'est pas toujours appréciée par les organisateurs des grands événements sportifs et les titulaires de droits.

Cette exposition «gratuite» leur semble inappropriée compte tenu des sommes importantes que les partenaires officiels versent pour être associés aux événements sportifs de grande envergure (un milliard de dollars É.-U. uniquement pour les Jeux olympiques de Londres de 2012, selon les estimations). Les instances dirigeantes du sport tentent régulièrement de réduire

cette exposition, par exemple en limitant la taille et la visibilité des logos sur les vêtements et les équipements sportifs. Des efforts sont aussi déployés pour suspendre temporairement les campagnes de publicité mettant en scène les athlètes les plus réputés avant, pendant et immédiatement après un événement sportif majeur, même si cette publicité n'a pas de lien direct avec l'événement en question.

Les représentants de l'industrie des articles de sport estiment cependant que la visibilité de leurs logos lors de ces événements est méritée et ne devrait pas être réduite, compte tenu notamment des investissements considérables que les entreprises continuent de réaliser, soit en nature, soit concrètement en finançant les fédérations sportives, les clubs de sport et les athlètes eux-mêmes. Sans l'investissement continu de l'industrie en vue de la mise au point de meilleurs produits améliorés, les événements sportifs de haut niveau deviendraient moins attractifs et le grand public ne bénéficierait pas d'articles novateurs de référence, surtout dans le domaine de l'amélioration continue des produits.

Les articles de sport sont présents dans presque toutes les disciplines sportives. Ils peuvent aider les athlètes en compétition à réaliser tout leur potentiel, inspirant de nouvelles générations d'athlètes. Ils font aussi des sports pratiqués au niveau local une expérience plus agréable, plus ludique et plus gratifiante. Au fur et à mesure que l'engouement pour le sport augmentera dans le monde, les relations commerciales qui caractérisent le secteur deviendront plus complexes. La gestion stratégique et efficace des actifs de propriété intellectuelle est un facteur essentiel pour établir une coopération fructueuse dans ce domaine ainsi que le principe d'un commerce équitable. ♦

La promotion du respect de la propriété intellectuelle AU COSTA RICA

Photo: APT - Costa Rica



Depuis sa création en décembre 2002, le Tribunal d'enregistrement administratif (TEA) du Costa Rica s'est employé avec énergie à mieux faire connaître la propriété intellectuelle dans le pays et à susciter la confiance envers le système national de propriété intellectuelle. Dans la perspective de la célébration de son dixième anniversaire, le Magazine de l'OMPI s'est entretenu avec la présidente du TEA, Mme Guadalupe Ortiz, pour en savoir davantage sur les activités du tribunal et ses projets.

CONTEXTE

Promulguée en 2000, la loi n° 8039 sur les procédures visant à faire respecter les droits de propriété intellectuelle est née de la volonté du Costa Rica d'appliquer les dispositions de l'Accord de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) et de sa conscience de l'importance de la propriété intellectuelle comme moteur de croissance économique et de développement. Cette loi prévoyait la création d'un TEA, un organe spécialisé indépendant chargé de statuer sur les appels relatifs aux décisions et autres mesures prises par les services d'enregistrement de la propriété intellectuelle du pays. Ce tribunal, rattaché au Ministère de la justice, est aujourd'hui la clé de voûte de la stratégie nationale visant à promouvoir une meilleure compréhension et un plus grand respect des droits de propriété intellectuelle ainsi que de l'ensemble du système de propriété intellectuelle. Ce tribunal est le seul en Amérique latine à traiter d'affaires ayant trait à la fois à des droits corporels et incorporels.

SUSCITER LA CONFIANCE ENVERS LE SYSTÈME DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

En 10 ans d'existence, le tribunal a traité quelque 6500 dossiers, dont une vingtaine à peine a été transmise à la justice pour règlement. «Ces chiffres témoignent de la confiance des utilisateurs envers le système. L'un des atouts du système est d'offrir un service simplifié et transparent. Les déposants qui souhaitent faire appel de la décision de l'un de nos services nationaux d'enregistrement ont la possibilité de défendre leurs

De gauche à droite: Les juges du TEA, Kathya Mora Cordera, Guadalupe Ortiz Mora, Normal Ureña Boza, Ilse Diaz Diaz et Pedro Suarez Baltodano.

droits et ont ensuite une deuxième occasion de soumettre un dossier», explique Mme Ortiz. «Nous adhérons fortement au principe de service public. Les utilisateurs ont un accès simple et rapide à la législation en vigueur et ont l'assurance de pouvoir discuter de toutes les questions relatives à leur dossier», ajoute-t-elle. Que la décision du tribunal leur soit favorable ou non, ils bénéficient d'une explication solidement argumentée sur le plan juridique quant aux tenants et aboutissants de leur dossier et ont la garantie d'une audience impartiale. «Bien qu'ils aient la possibilité de recourir au système judiciaire traditionnel, les utilisateurs ont tendance à privilégier le TEA. Le faible nombre d'appels transmis à la justice laisse supposer qu'ils jugent convaincantes et satisfaisantes l'analyse de leur dossier et l'explication du tribunal,» déclare Mme Ortiz.

Le caractère entièrement indépendant du tribunal, doté de son propre budget et de son propre système de gouvernance, vise à garantir l'impartialité de ses décisions. Cinq juges spécialisés en propriété intellectuelle et nommés par le Ministre de la justice sont chargés d'examiner les dossiers. Les utilisateurs ont ainsi l'assurance que leur dossier sera entendu par des experts avertis et très au fait des complexités du droit de la propriété intellectuelle. La connaissance très approfondie des questions de propriété intellectuelle de ce petit groupe de juges spécialisés présente deux grands avantages : premièrement, les dossiers sont traités avec précision et en temps opportun. Deuxièmement, les décisions en lien avec d'autres cas similaires sont plus cohérentes, ce qui entraîne une issue plus prévisible et renforce la confiance des entreprises. «Nous sommes convaincus que la sécurité juridique doit servir de fondement à tout système de propriété intellectuelle solide et efficace. Notre mission est de faire respecter les droits de propriété intellectuelle et de donner accès à tous les aspects du droit de la propriété intellectuelle au moyen de mécanismes fiables envers lesquels les utilisateurs peuvent avoir toute confiance», explique Mme Ortiz. «L'intérêt pour les utilisateurs est qu'ils comprennent mieux pourquoi leur demande a été rejetée par le registre national; en outre, on leur indique comment procéder pour que leur demande aboutisse», précise-t-elle. «Non seulement cette procédure profite immédiatement aux utilisateurs du tribunal mais, à plus long terme, elle contribue aussi à favoriser une compréhension plus vaste et plus approfondie et à susciter chez les utilisateurs une plus grande confiance envers le système de propriété intellectuelle, que ce soit au plan national comme international.»

EN QUÊTE D'EXCELLENCE

Depuis sa création, le tribunal s'emploie à se tenir informé des faits nouveaux en droit de la propriété intellectuelle et à préserver la qualité de ses décisions. Grâce à un programme de formation continue à la propriété intellectuelle et à la participation régulière de spécialistes du tribunal à des colloques pertinents au niveau national comme international, les agents suivent les nouvelles tendances et les dernières évolutions sur le plan juridique.

Ces mesures, parmi d'autres, ont permis au TEA d'asseoir sa notoriété en tant qu'instance d'excellence offrant un service public de la plus haute qualité et favorisant une meilleure compréhension des questions de propriété intellectuelle à l'échelle du pays. Dans le domaine des marques par exemple, le tribunal suit scrupuleusement l'enregistrement de marques notoirement connues au Costa Rica, et ce dans un double objectif : premièrement, envoyer un message clair aux milieux d'affaires internationaux selon lequel leurs marques seront protégées et respectées au Costa Rica; deuxièmement, éviter au consommateur et au grand public d'être trompé et amené à acheter des produits de mauvaise qualité ou contrefaits.

Ces 10 dernières années, le TEA a bâti une jurisprudence considérable. Comme le fait observer Mme Ortiz, «bien que notre corpus de jurisprudence soit déjà assez conséquent, nous continuons de suivre l'évolution du droit de la propriété intellectuelle à l'échelle internationale et de consulter les avis juridiques sur les questions émergentes. La propriété intellectuelle est un domaine en évolution rapide et nous devons nous tenir informés des dernières nouveautés en la matière». Elle ajoute : «La qualité de



ses décisions, l'introduction de normes internationales et une position ferme quant à l'importance capitale d'une procédure régulière et équitable sont la marque du succès du TEA au cours de la décennie écoulée». Une base de données en ligne permet aux spécialistes comme au grand public d'accéder de manière conviviale à la jurisprudence accumulée au fil des ans par le tribunal et à ses ressources juridiques. Ces outils juridiques précieux permettent non seulement d'appuyer le TEA dans ses travaux mais aussi de contribuer à faire mieux connaître la propriété intellectuelle dans l'ensemble du pays.

LA COMMISSION DE LIAISON INTERINSTITUTIONNELLE POUR LA PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Si le TEA est un élément charnière de la stratégie nationale de promotion du respect de la propriété intellectuelle et de l'application des droits de propriété intellectuelle, il ne fonctionne pas en vase clos. Le tribunal fait partie d'une stratégie de propriété intellectuelle coordonnée à l'échelle nationale qui englobe tout un éventail d'institutions, dont les autorités douanières, des organismes publics, des membres du milieu universitaire et des représentants du monde des entreprises, lesquels se réunissent dans le cadre de la Commission de liaison interinstitutionnelle pour la protection de la propriété intellectuelle. Cette commission a pour objet d'assurer la mise au point de la stratégie nationale en matière de propriété intellectuelle de manière cohérente et coordonnée. «Grâce à cette stratégie nationale, tous les acteurs sont en lien les uns avec les autres et travaillent en étroite collaboration. Tous s'acquittent individuellement de missions clairement définies mais, collectivement, ils œuvrent sous forme de réseau en faveur de la stratégie nationale de propriété intellectuelle», explique Mme Ortiz.

SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

En offrant une sécurité juridique accrue en matière de propriété intellectuelle, ce qui renforce la confiance du milieu des entreprises, le TEA joue un rôle décisif en créant un environnement commercial propice et attractif qui favorise et encourage l'innovation et attire des investissements étrangers directs. «Il est essentiel de bien comprendre que la propriété intellectuelle est un instrument de développement», fait remarquer Mme Ortiz. «La propriété intellectuelle est un élément clé du développement futur du pays. Le Costa Rica est un pays ouvert où le commerce international occupe une place de premier plan. Or, pour attirer les investisseurs étrangers, disposer d'un système de propriété intellectuelle est un atout majeur; c'est aussi un élément capital pour encourager l'innovation, ce qui constituera notre prochain grand défi en termes de développement, sachant que nous disposons désormais d'une stratégie nationale de propriété intellectuelle bien définie,» déclare Mme Ortiz. «Offrir un accès libre et facile à un système de propriété intellectuelle convivial et

fiable est fondamental pour promouvoir une utilisation à grande échelle de la propriété intellectuelle en faveur du développement à venir du pays.»

Les activités du TEA jouent un rôle déterminant dans le renforcement des règles et des pratiques de travail des services d'enregistrement nationaux de la propriété intellectuelle, lesquels sont tenus par la loi de respecter ses décisions. «Nous travaillons en très étroite collaboration avec les registres nationaux pour faire évoluer les règles favorablement», explique Mme Ortiz. «Il n'est pas rare que la simple application du droit permette de résoudre un problème», ajoute-t-elle.

L'AVENIR

La propriété intellectuelle devrait jouer un rôle de plus en plus fondamental dans le développement économique à venir du Costa Rica, ce qui devrait donner lieu à «une utilisation plus vaste et plus complexe de la propriété intellectuelle au niveau national», indique Mme Ortiz. «À l'avenir, nous devons nous attendre à une augmentation de notre charge de travail et à des dossiers de plus en plus complexes», indique-t-elle. Soulignant à quel point il est important que le savoir-faire du tribunal reste adapté à un paysage technologique en évolution rapide et aux meilleures pratiques sur le plan juridique, Mme Ortiz table sur «d'énormes défis en perspective, car les futures décisions du tribunal vont inéluctablement gagner en complexité». Pour autant, elle est convaincue que le tribunal réussira à continuer d'œuvrer en faveur des objectifs de développement du pays. «Nous sommes sur la bonne voie. Le tribunal travaille au renforcement de la sécurité des droits de propriété intellectuelle et l'expérience accumulée au cours des 10 dernières années nous permet d'affirmer que les utilisateurs préfèrent recourir au TEA plutôt qu'à la justice.»

Le tribunal s'apprête à emménager dans de nouveaux locaux, actuellement en construction, début 2013. «Cela nous permettra d'améliorer les services que nous proposons à nos utilisateurs», indique Mme Ortiz en faisant allusion à des projets visant à introduire des auditions orales et différents services en ligne. ♦

LES MARQUES DE COLA

jouent la carte de la musique

*Simon Dyson, rédacteur
en chef de Music & Copyright*

Coca-Cola et Pepsi se livrent depuis longtemps une guerre dans le domaine des boissons au cola et, si l'industrie du divertissement fait partie des campagnes de marketing des deux marques depuis des décennies, la musique se profile de plus en plus comme une arme de choix. Des concerts en direct aux programmes de télévision, en passant par les médias sociaux, le numérique, le cinéma et les découvertes musicales, Coca-Cola et Pepsi mobilisent des artistes sur toute la planète pour interpeller les jeunes consommateurs du monde entier.

En Amérique latine, Coca-Cola indique vouloir changer le positionnement de la marque auprès des plus jeunes en mettant le divertissement en avant dans sa stratégie commerciale. Un des premiers événements organisés dans le cadre de cette nouvelle stratégie a été un concert gratuit de Paul McCartney qui a eu lieu en mai sur la place centrale de Mexico, le Zocalo, devant un public estimé à 200 000 personnes.

La société a en outre touché de nombreux autres consommateurs par le biais de sa plate-forme en ligne Coca-Cola.TV en diffusant en continu les trois heures de concert. Celui-ci a attiré un demi-million de visiteurs uniques qui ont regardé la prestation de Paul McCartney durant 42 minutes en moyenne. La campagne visait à exploiter le pouvoir de la «télévision sociale» – qui favorise les conversations portant sur des émissions de télévision – en encourageant les jeunes à alimenter les discussions à propos du concert sur Facebook et Twitter.

Coca-Cola a également associé musique et télévision à l'occasion des Jeux olympiques de Londres en parrainant une série télévisée de 10 épisodes, *Beat TV*, qui a été retransmise via plusieurs partenariats de diffusion. Le programme présentait des interprétations musicales en direct entrecoupées d'entretiens avec des célébrités et des athlètes et était destiné aux adolescents dans plus de 30 pays. La marque explique que l'objectif était de capter l'«atmosphère» de Londres – de manière à restituer les aspects sociaux des jeux plutôt que les performances sportives.

PEPSI FAIT ÉQUIPE AVEC BILLBOARD

Afin de ne pas se laisser distancer dans le registre social, Pepsi s'est associé début juin avec le magazine musical *Billboard* pour annoncer une série de concerts Summer Beats offrant aux amateurs la possibilité de suivre des prestations «activées via Twitter» dans une multitude de styles. Après avoir débuté le 26 juin à Los Angeles, la saison s'est poursuivie fin juillet



Photo: iStockphoto / @IaroslavDanylychenko

avec un concert à Nashville pour se terminer sur une dernière manifestation à New York à la fin du mois d'août, dans le cadre de laquelle de nouveaux artistes très intéressants comme Katy Perry, Gloriana et Ne-Yo se sont produits dans des espaces pouvant accueillir jusqu'à 1000 personnes. Le public a pu suivre les concerts en diffusion continue sur la page Twitter de Pepsi, avec la promesse pour les participants du réseau numérique de pouvoir influencer des éléments des prestations en temps réel.

Les concerts s'inscrivent dans la campagne de marketing mondial de la marque «Live for Now» à laquelle Twitter a adhéré en mai en devenant le partenaire musical de Pepsi. Après avoir été utilisé lors des concerts Summer Beats, le microblog est devenu le lieu privilégié de la marque pour permettre au public de découvrir des nouveautés musicales, les partenaires produisant une nouvelle série alliant musique et vidéo qui présente un aperçu hebdomadaire des artistes, de la musique et de l'actualité musicale qui sont en tête des tendances sur Twitter.

Cet article est paru pour la première fois dans le numéro 461 (27 juin 2012) de *Music and Copyright* publié par Informa Telecoms & Media – www.musicandcopyright.com





Coca-Cola voit un potentiel dans le film centré sur la musique. L'an dernier, la marque a mis en scène sa boisson énergisante Burn pour réaliser *Nothing but the Beat*, un long métrage documentaire retraçant la vie et la carrière de David Guetta.

Pepsi propose également de télécharger gratuitement de la musique sur le site Amazon MP3 à ceux qui suivent le compte @pepsi sur Twitter et postent un tweet en insérant le hashtag #PepsiMusicNOW. Toujours dans le cadre de la campagne Live for Now, Pepsi a signé en juin un accord avec Viacom en vue d'étendre la campagne auprès de certaines chaînes de télévision appartenant au géant des médias américain, notamment Country Music Television (CMT) et MTV. Les téléspectateurs de CMT qui ont tweeté des images au moyen du hashtag #countrynow ont eu la chance d'assister à la récente cérémonie des CMT Music Awards en tant que «correspondants photo de Pepsi Now,» alors que ceux qui ont tweeté des images marquées #mtvnow tout au long de l'été pouvaient espérer faire partie des trois correspondants censés assister aux MTV Video Music Awards en septembre.

COCA-COLA OPTE POUR SPOTIFY

Si Pepsi s'est fait un ami numérique avec Twitter, Coca-Cola s'est rapproché de Spotify. En avril, la marque a annoncé un partenariat stratégique avec le service de diffusion de musique en continu mettant l'accent, à l'instar de l'alliance entre Pepsi et Twitter, sur la découverte de nouveautés musicales. Spotify fournit désormais la technologie sous-jacente indispensable à la diffusion de la musique de Coca-Cola dans le monde tandis que la marque intègre Spotify dans sa présence et son calendrier sur Facebook, donnant vie à ce que les deux partenaires qualifient «d'expérience unique de la musique sociale.»

Avec l'aide de Spotify, Coca-Cola entend créer un «réseau musical véritablement mondial» et les 40 millions de visiteurs de la marque sur Facebook répartis sur une multitude de marchés constituent d'ores et déjà un large public à cultiver.

Coca-Cola mise également sur les films centrés sur la musique. L'an dernier, la marque a mis en scène sa boisson énergisante Burn pour réaliser *Nothing but the Beat*, un long métrage

documentaire retraçant la vie et la carrière de David Guetta. Diffusé dans les cinémas et à la télévision dans plus de 20 pays, le film présentait des interviews d'interprètes tels que Will.i.am, Snoop Dogg, Ludacris et Usher.

En matière de films, Pepsi a choisi la chanteuse Katy Perry et la marque soutient son prochain opus *Katy Perry: Part of Me 3D*, qui a été diffusé par Paramount Pictures le 5 juillet. Il comporte des spots publicitaires conjoints à la télévision et à la radio, ainsi que de la publicité numérique et des affichages dans les points de vente, qui reprennent tous le slogan *Live for Now* de Pepsi.

LA LUTTE POUR LA SUPRÉMATIE MONDIALE DES MARQUES DE COLA

La première incursion de Pepsi dans la réalisation de films centrés sur la musique remonte à 2007, date à laquelle la marque a sorti le film arabe *Bahr al Nujoom* (Une mer d'étoiles), dans lequel des artistes du Proche-Orient comme Wael Kafouri, Carole Samaha, Ahmed Al Sharif et Ruwaida Al Mahroogi se produisent dans le cadre d'un festival de musique fictif. Pepsi a investi un montant estimé à 6 millions de dollars É.-U. pour réaliser le film.

Cette initiative donne également une idée de la répartition géographique des marques de cola qui utilisent la musique pour communiquer avec les consommateurs dans presque tous les pays du monde. En 2009, par exemple, Pepsi a lancé en Chine sa propre maison de disques, QMusic, en vue de signer des contrats avec des artistes locaux. Une fois qu'ils ont eu rejoint l'écurie, les musiques commerciales composées par leurs soins sont devenues un élément à part entière des activités de marketing au niveau local, apparaissant dans des publicités et faisant la promotion de produits.

QMusic a par ailleurs participé étroitement à l'émission *Battle of the Bands*, un concours de jeunes talents parrainé par Pepsi sur Shanghai TV, dans le cadre duquel 10 groupes se sont produits tout au long de la série, celui ayant proposé la meilleure prestation remportant un contrat d'enregistrement avec la maison de disques.

Dans le même esprit de repérage de nouveaux talents en Asie du Sud, Pepsi a affirmé l'an dernier son désir de se rapprocher des jeunes consommateurs en installant la Pepsi Dub Station, une scène dédiée au dubstep (une musique de type électronique dance) et au drum and bass, à l'occasion d'un festival de musique multigenres de trois jours organisé à Pune en Inde. La scène s'inscrivait dans une campagne lancée en 2008 sous le nom de Youngistan, un terme inventé par la marque pour figurer un univers propre à la jeunesse indienne.

Sur ce même marché, Coca-Cola a lancé en juillet la deuxième saison de son émission Coke Studio TV sur MTV Inde. Le programme propose un large éventail de genres musicaux, qui vont des musiques traditionnelles orientales aux musiques modernes occidentales. La première édition a attiré plus de 40 millions de spectateurs et 2 millions de visites sur YouTube, tandis que la page Facebook CokeStudio@MTV attirait près de 750 000 amateurs. Coke Studio est né de l'autre côté de la frontière au Pakistan, où il en est à sa cinquième saison. ♦

CULTURAMA:

voyage dans le temps

CULTURAMA, programme multimédia interactif unique qui a été présenté à l'OMPI au début de l'été, lève le voile sur l'extraordinaire patrimoine culturel et naturel de l'Égypte. Il propose un voyage virtuel dans le temps, avec des projections couvrant 5000 ans de civilisation, des pharaons de l'Égypte ancienne à l'Égypte de nos jours. M. Mohamed Farouk, qui a imaginé et mis au point le programme CULTURAMA avec ses collègues du Centre de documentation sur le patrimoine culturel et naturel (CULTNAT) au Caire (Égypte), explique comment ce projet est né et quels en sont les principaux objectifs.

CULTURAMA, programme multimédia interactif unique qui a été présenté à l'OMPI au début de l'été, lève le voile sur l'extraordinaire patrimoine culturel et naturel de l'Égypte. Il propose un voyage virtuel dans le temps, avec des projections couvrant 5000 ans de civilisation, des pharaons de l'Égypte ancienne à l'Égypte de nos jours. M. Mohamed Farouk, qui a imaginé et mis au point le programme CULTURAMA avec ses collègues du Centre de documentation sur le patrimoine culturel et naturel (CULTNAT) au Caire (Égypte), explique comment ce projet est né et quels en sont les principaux objectifs.

Le temple de Karnak est un grand musée en plein air et l'un des sites religieux les plus anciens du monde. Quelque 30 pharaons ont participé à la construction du temple, lui conférant une taille, une complexité et une diversité uniques.

Le nilomètre du Caire est un site historique unique. Il servait à mesurer le niveau du Nil pendant la saison des crues annuelles pour réguler la distribution d'eau et calculer le niveau des taxes à payer.



QU'EST-CE-QUE CULTURAMA?

CULTURAMA (contraction de «cultural panorama») nous fait revivre toute une série d'événements historiques passionnants et déterminants qui ont profondément influencé la civilisation. Il s'agit du premier système multimédia entièrement interactif qui permet de projeter sur un immense écran semi-circulaire, à l'aide de neuf projecteurs vidéo à haute définition contrôlés par un seul ordinateur, des expositions panoramiques spectaculaires sur des éléments du patrimoine culturel. Grâce à cette plate-forme, il est possible de diffuser des informations en flux continu, par exemple des frises chronologiques, ou des images de sites archéologiques et d'objets restaurés numériquement, ce que les écrans d'ordinateur standard ne permettent pas de faire. Conçu avec du matériel informatique prêt à l'emploi et facilement accessible, CULTURAMA offre aux institutions culturelles une solution mobile, flexible et d'un bon rapport coût-efficacité pour diffuser du contenu culturel avec des coûts d'entretien peu élevés.

L'INSPIRATION

Totalement impliqué dans la mission principale de CULTNAT, qui consiste à rassembler des informations sur le riche patrimoine national, M. Farouk rappelle que ses collègues et lui-même souhaitaient «disposer de nouveaux moyens pour diffuser ces informations, en plus des modes de diffusion habituels comme les clips vidéos ou les livres. Nous voulions quelque chose qui frappe l'imagination d'un public bien plus large». Il a été très difficile de trouver des technologies adaptées pour mettre au point la plate-forme et les membres de l'équipe ont dû examiner toutes les possibilités. La solution technique qu'ils ont élaborée a été protégée par un brevet délivré par l'Office égyptien des brevets (numéro 23651) en 2007 et elle fait l'objet d'une demande internationale de brevet (WO2005086127) selon le Traité de coopération en matière de brevets de l'OMPI. L'idée de CULTURAMA a pris forme en 2001 lorsque M. Farouk et son équipe ont commencé à rassembler des informations sur les tombeaux égyptiens, dont beaucoup sont fermés au

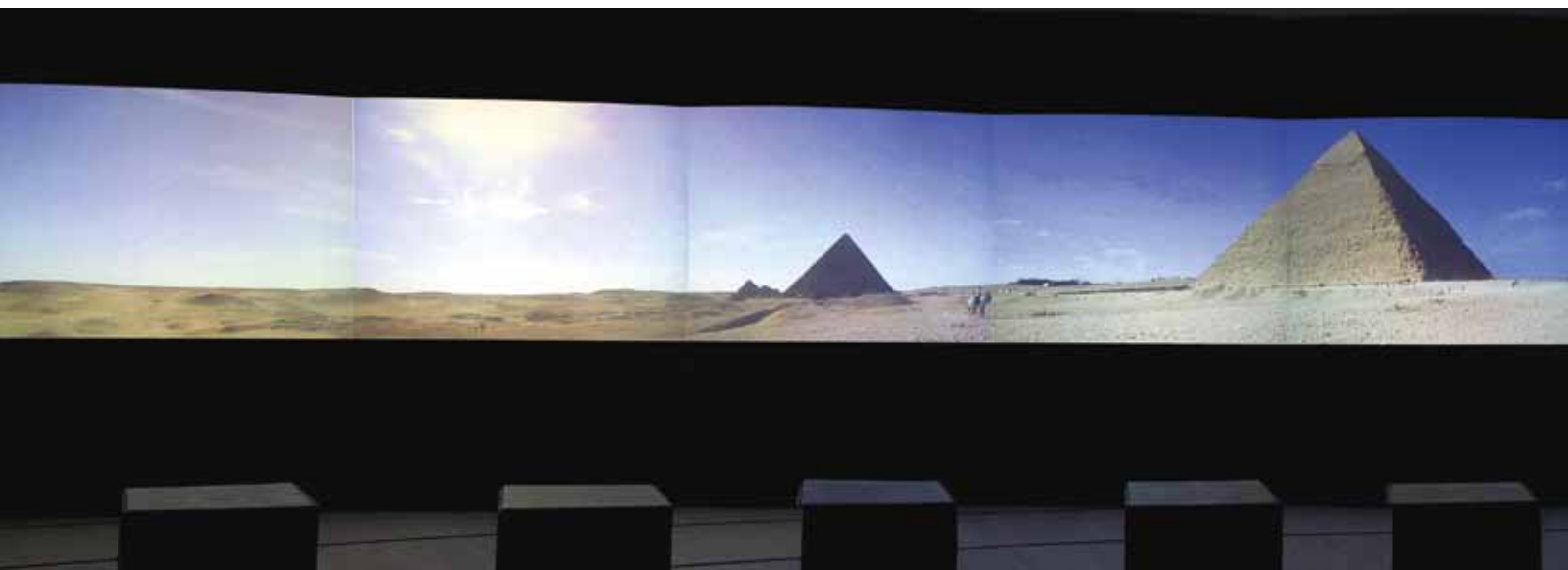
public. «Nous nous sommes dits : pourquoi ne pas numériser les images de ces tombeaux et créer un cadre permettant au public de les visiter de manière virtuelle?», a-t-il expliqué. «Nous avons commencé à chercher les éléments qui nous permettraient de concrétiser cette idée. À l'époque, c'était un véritable défi car le paysage technologique était très différent de ce qu'il est aujourd'hui. Lorsque nous avons finalement défini la technologie à employer et notre méthodologie, il est vite apparu que nous pourrions nous en servir pour présenter une large gamme d'informations au public», a-t-il indiqué.

LES OBJECTIFS DU PROJET

En créant CULTURAMA, M. Farouk et son équipe poursuivaient deux objectifs. Tout d'abord, il s'agissait d'élaborer une plate-forme conviviale et peu coûteuse qui permettrait de diffuser des informations culturelles et historiques de manière claire et concise afin de susciter l'intérêt. «Si vous disposez de méthodes attrayantes pour diffuser des informations culturelles, celles-ci seront mieux comprises par le public visé», a-t-il fait observer. Le deuxième objectif du projet consistait à faire connaître les systèmes de visites en immersion et les musées virtuels pour offrir le plus large accès possible au patrimoine culturel mondial. C'est une idée qui passionne M. Farouk. «Je rêve que l'ensemble du patrimoine humain soit accessible à tous de cette manière. Avec un dispositif mettant en évidence les similitudes entre les cultures, nous pouvons créer une plate-forme de dialogue qui nous permettra de mieux nous comprendre. Nous en avons vraiment besoin dans le contexte actuel».

DES PROJECTIONS COUVRANT 5000 ANS D'HISTOIRE

CULTURAMA présente trois périodes de l'histoire égyptienne : l'Égypte ancienne, un aperçu des civilisations copte et islamique et l'Égypte contemporaine. La partie sur l'Égypte ancienne comprend la chronologie des pharaons, de 3000 ans avant J.-C. à l'apparition du calendrier grégorien. Elle comporte une chronologie des rois célèbres et permet d'accéder à de





multiples niveaux d'informations de fond par un simple clic sur les icônes correspondants. Par exemple, en cliquant sur Thoutmôsis III, on accède à une salle du temple de Karnak (le plus grand temple du monde) connue sous le nom de «jardin botanique», dont les murs sont couverts de représentations de la faune et de la flore naturelles qui existaient en Égypte à l'époque de son règne. Les visiteurs peuvent aussi obtenir des informations complémentaires sur les divers animaux, oiseaux et plantes représentés en cliquant dessus.

La partie sur l'Égypte ancienne comprend aussi le papyrus de Rhind sur les mathématiques, considéré comme l'un des plus célèbres papyrus de l'époque dans ce domaine. Le papyrus de Rhind mesure cinq mètres de long et présente 86 problèmes mathématiques et leur solution. CULTURAMA permet de projeter l'intégralité du document en gros plan et les utilisateurs peuvent ainsi l'examiner de près, agrandir le problème mathématique de leur choix et obtenir la traduction en anglais du texte en hiéroglyphes.

Au travers de ses projections panoramiques en flux continu, CULTURAMA offre au public une visite de sites archéologiques importants, comme le temple de Karnak, le nilomètre du Caire et les pyramides de Gizeh. Ces projections sont une composante essentielle des parties consacrées aux civilisations copte et islamique et à l'Égypte contemporaine. Par exemple, la partie sur l'Égypte contemporaine offre une vue panoramique du Caire depuis le Nil et une autre du port d'Alexandrie depuis la mer. En cliquant sur des repères précis, les utilisateurs peuvent accéder à diverses couches d'informations utiles. Par exemple, la vue panoramique du Caire leur permet d'accéder aux archives sur la vie quotidienne du pont Qasr al-Nil, filmées par les frères Lumière en 1895, en cliquant sur le pont.

CULTURAMA propose aux spectateurs, jeunes et moins jeunes, un voyage fascinant qui retrace les réalisations extraordinaires de la civilisation de l'Égypte ancienne et qui témoigne de son influence durable jusqu'à nos jours. Il constitue un outil pédagogique attrayant et offre une expérience culturelle passionnante, et il est considéré par de nombreux experts et directeurs de musée comme un élément essentiel de tout musée important.

L'exposition CULTURAMA est actuellement présentée de façon permanente dans sept centres situés dans les plus grandes villes d'Égypte; elle a voyagé dans le monde entier pour être présentée lors d'expositions internationales organisées dans plus de 10 pays. Une nouvelle version de la plate-forme, en trois dimensions et davantage interactive, devrait être disponible en cours d'année. CJ ♦

Les murs de la salle connue sous le nom de «jardin botanique» dans le temple de Karnak sont recouverts de représentations de la faune et la flore qui existaient à l'époque du règne de Thoutmôsis III.

Les pyramides de Gizeh sont les monuments les plus célèbres de l'Égypte ancienne. On pense que ces structures massives en pierre ont été construites il y a environ 4500 ans.



INNOVATION

et propriété intellectuelle :

des allègements fiscaux

pour stimuler la croissance

au Royaume-Uni

*Ian Williams, président
de Campbell Dallas LLP, Écosse*



Photo: Campbell Dallas LLP

Ian Williams a plus de 25 années d'expérience dans le secteur énergétique, où il assiste des entreprises actives dans le domaine des énergies renouvelables et conseille des sociétés multinationales de services pétroliers sur leurs activités au Royaume-Uni et à l'étranger. Il est le président de Campbell Dallas LLP, un cabinet indépendant d'experts-comptables parmi les plus importants d'Écosse qui possède une connaissance transculturelle de l'industrie du pétrole et est très présent dans le secteur des énergies renouvelables.

À l'annonce du budget 2012, le gouvernement britannique a indiqué qu'un nouveau taux d'imposition allait être introduit au bénéfice des sociétés tirant des profits d'un produit qu'elles se sont employées à développer et à faire breveter. Connu sous le nom de «Patent Box», ce régime fiscal préférentiel entrera en vigueur le 1er avril 2013. Quels avantages offre-t-il et de quoi pourrait-il être synonyme pour l'économie britannique?

Le Royaume-Uni applique depuis longtemps un régime d'imposition peu favorable en termes de recherche-développement (R-D), prévoyant des dégrèvements fiscaux sur les dépenses en capital plutôt que des mesures visant à encourager les sociétés à mettre au point des technologies et procédés nouveaux. Il s'ensuit que nombre de sociétés font enregistrer leur propriété intellectuelle dans des juridictions autres que le Royaume-Uni pour que les revenus en découlant soient imposés à des taux plus favorables. À titre d'exemple, l'Irlande accorde sur les revenus de R-D et les dépenses en capital un dégrèvement d'impôts pouvant atteindre 25% et applique un taux d'imposition de 12,5% sur les revenus de R-D des sociétés.

En 2010, le gouvernement britannique a annoncé qu'il prévoyait, face à cette réalité, d'investir plus de 200 millions de livres sterling dans la création d'un réseau de centres de technologie et d'innovation. C'est que, si le Royaume-Uni abrite moins de 1% de la population mondiale, ses chercheurs sont à l'origine de 8% des publications scientifiques, bénéficient d'une part de citations de 12% (n'étant devancés en cela que par leurs collègues américains) et ont obtenu plus de 80 prix Nobel en récompense de réalisations scientifiques. Par l'introduction de ces modifications dans le régime d'imposition, le gouvernement prend une mesure audacieuse destinée à encourager les sociétés britanniques à tirer parti du talent présent au Royaume-Uni et à poursuivre le travail entrepris.

Le Royaume-Uni est dans une position idéale pour maintenir et consolider sa réputation de chef de file sur le marché de la R-D. L'infrastructure nécessaire est déjà en place, et ces nouvelles mesures d'incitation publiques devraient contribuer à convaincre les sociétés de rester au Royaume-Uni. Ainsi, la Patent Box devrait par exemple considérablement profiter à Aberdeen, avec son industrie du pétrole et du gaz florissante. Les sociétés travaillant à relever les nombreux défis que pose la production en eaux profondes en mer du Nord mettent en effet régulièrement au point de nouvelles technologies.

Le Royaume-Uni supplante tous les autres pays du G8 en termes de productivité de la recherche, lui qui recense 45 publications de recherche par milliard de livres



Photo: iStockphoto / @ Yuriy Kirsanov

sterling de produit intérieur brut (PIB), les États-Unis d'Amérique en recensant 25 et le Japon 15. Il abrite en outre quatre des 10 meilleures universités du monde.

Les incitations fiscales décidées par le gouvernement vont permettre une plus grande collaboration et un nombre accru de partenariats entre des sociétés et des universités et ainsi faire progresser la base de connaissances du Royaume-Uni de quelques échelons sur l'échelle de l'innovation.

S'ajoute à l'intensification notable de la R-D la perspective de solutions monétaires additionnelles pour la financer. Les banques renonçant de plus en plus à accorder des prêts à taux faible permettant d'atteindre le seuil de rentabilité (gap funding), il y a un besoin accru de fonds issus de sources de capital-investissement. La Patent Box permet aux investisseurs de voir qu'ils profiteront non seulement d'un dégrèvement d'impôts sur leur investissement initial, mais aussi d'un flux de liquidités à titre de retour sur cet investissement une fois le produit ou procédé commercialisable.

À compter d'avril prochain, les sociétés implantées au Royaume-Uni bénéficieront effectivement, en une année, d'un dégrèvement d'impôts de 225%, soit 2,25 livres sterling par livre sterling investie dans des brevets. Cette mesure est une excellente nouvelle pour les multinationales en ce qu'elles vont pouvoir concilier l'internationalisation de leurs activités avec leurs stratégies en matière de propriété intellectuelle. Il se pourrait ainsi que l'effet bénéfique de ces nouvelles structures fiscales ne reste de loin pas limité au Royaume-Uni.

Le principal taux d'imposition sur les sociétés y étant actuellement de 24%, la Patent Box va permettre aux sociétés de demander à être imposées à hauteur de 10% sur tous profits tirés de brevets remplissant les conditions requises, que ces brevets soient financés séparément sous forme de redevances ou inclus dans le prix de vente des produits. En ce qui concerne les sociétés commercialisant des produits brevetés ou concédant l'exploitation de leurs brevets sous licence, le calcul se fait sur la base du profit total tiré de la vente du produit ou procédé breveté ou de la concession d'une licence pour l'exploitation du produit ou procédé.

La Patent Box fait partie intégrante du plan de croissance du gouvernement. Elle vise à être pour les sociétés une mesure d'encouragement supplémentaire à la conservation de leurs brevets et à la commercialisation de leurs inventions protégées

par des brevets, ainsi qu'au développement de nouveaux produits innovants brevetés. La Patent Box est conçue pour inciter les sociétés à localiser les emplois de grande valeur liés au développement, à la fabrication et à l'exploitation de produits brevetés au Royaume-Uni et ainsi affermir la présence du Royaume-Uni parmi les chefs de file mondiaux des technologies brevetées. Grâce à la Patent Box, le régime fiscal britannique sera plus compétitif pour les sociétés du secteur des technologies de pointe tirant des profits de brevets.

Un brevet doit, pour être admissible au titre du régime de la Patent Box, offrir le potentiel de générer des profits. La société concernée doit en outre détenir un droit exclusif de concession de ce brevet sous licence. Le régime peut bénéficier à toute société britannique qui innove et qui commercialise des produits résultant d'activités menées au Royaume-Uni et qui compte des inventions protégées par des brevets dont la première commercialisation s'est faite après le 29 novembre 2010. Les sociétés devront toutefois satisfaire à certaines conditions avant de pouvoir éventuellement bénéficier de cette nouvelle incitation fiscale.

Le brevet concerné doit avoir été délivré par l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni en vertu de la loi de 1977 sur les brevets ou avoir été reconnu par l'Office européen des brevets. Il doit en outre offrir un potentiel non négligeable de génération de profits. Il s'ensuit par exemple qu'un élément constituant une partie d'un produit, tel que le manche d'une perceuse, n'est pas admissible au titre du régime de la Patent Box, car il n'est pas ce qui va véritablement générer le profit allant être retiré du produit, même si cet élément est le premier de son genre.

Le régime de la Patent Box exige aussi que l'invention brevetée soit mise au point au Royaume-Uni. Si une société située ailleurs qu'au Royaume-Uni a entrepris le développement d'un produit breveté avant d'amener celui-ci au Royaume-Uni pour en terminer l'élaboration, elle doit faire réenregistrer le produit au Royaume-Uni. En outre, pour pouvoir éventuellement bénéficier du taux d'imposition de 10%, la société doit prendre une part active au développement et à l'exploitation du produit. Détenir le brevet ne suffit pas.

La Patent Box va contribuer à faire du régime fiscal britannique l'un des plus compétitifs du monde. Elle constitue une bonne nouvelle pour les sociétés opérant déjà au Royaume-Uni et un intéressant mécanisme commercial pour les nouvelles venues. ♦



ORGANISATION MONDIALE
DE LA **PROPRIÉTÉ**
INTELLECTUELLE

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

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

Téléphone:
+4122 338 91 11

Fax:
+4122 733 54 28

Vous pouvez acheter des publications en ligne à l'adresse suivante :

www.wipo.int/ebookshop

Vous pouvez aussi télécharger gratuitement les produits d'information depuis la page :

www.wipo.int/publications

Toutes les publications de l'OMPI peuvent aussi être obtenues auprès de la Section des services de sensibilisation de l'OMPI, à l'adresse susmentionnée, par courrier électronique à publications.mail@wipo.int ou par télécopie au numéro +4122 740 18 12

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

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

Copyright ©2012 l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle

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