



ORGANISATION
MONDIALE
DE LA PROPRIÉTÉ
INTELLECTUELLE

MAGAZINE DE L'OMPI

GENÈVE - DÉCEMBRE 2006 - N°6

2

ASSEMBLÉES DE L'OMPI 2006

LE MAGNÉTOSCOPE...



8

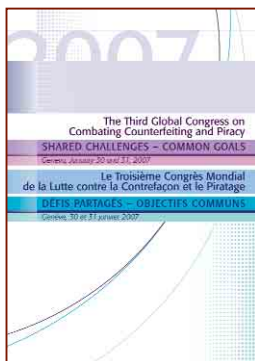
50 ANS
APRÈS



12

AFRIQUE DU SUD
INNOVER POUR
DÉVELOPPER

Troisième Congrès mondial sur la lutte contre la contrefaçon et le piratage - Défis partagés Objectifs communs



Date: Mardi 30 et mercredi 31 janvier 2007

Lieu: Centre international de conférences de Genève (Suisse)

Renseignements et inscriptions: www.ccapcongress.net

Compte tenu des multiples menaces que le commerce mondial des articles de contrefaçon fait peser sur la santé et la sécurité, sur le développement économique et la bonne gouvernance des pays, ce congrès mondial est devenu une réunion essentielle au niveau international pour définir des stratégies en vue de relever ces défis, qui sont partagés par les gouvernements, les entreprises et les créateurs du monde entier.

Le troisième congrès mondial, accueilli par l'OMPI à Genève en janvier 2007, poursuivra le processus engagé à Bruxelles en 2004. Il réunira des acteurs clés des secteurs public et privé, qui pourront ainsi partager leurs données d'expérience, renforcer la coordination et la coopération internationale dans ce domaine et rechercher des solutions plus efficaces en vue de la réalisation de leurs objectifs communs de lutte contre la contrefaçon et le piratage.

Il est recommandé de s'inscrire le plus tôt possible car la participation sera limitée de manière à permettre un maximum d'interaction entre les participants.

Le congrès est coorganisé par l'OMPI, l'Organisation mondiale des douanes (OMD) et Interpol, en coopération avec l'Association internationale pour les marques (INTA), la Chambre de commerce internationale (CCI), l'*International Security Management Association* (ISMA) et la *Global Business Leaders Alliance Against Counterfeiting* (GBLAAC).

MAGAZINE DE L'OMPI NUMÉRO 6/2006

Rédaction

John Tarpey
Elizabeth March
Sylvie Castonguay

Avec la contribution de

Tamara Nanayakkara, Marcus Höpferger,
Martin Senftleben: *Coexistence des marques*

Remerciements

- *Artesanías de Colombia*
- Raquel Pérez Alberdi; María Valeria Rapetti
Tizze

Graphisme

Sheyda Navab

© Organisation mondiale
de la propriété intellectuelle

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|----|--|
| 2 | RÉSULTATS DES ASSEMBLÉES 2006 DES ÉTATS MEMBRES DE L'OMPI |
| 6 | ART ET ARTISANAT DE COLOMBIE |
| 8 | LE MAGNÉTOSCOPE... 50 ANS PLUS TARD |
| 12 | PLEINS FEUX SUR UN PAYS MOBILISER L' INNOVATION POUR STIMULER LE DÉVELOPPEMENT - LE POINT DE VUE SUD-AFRICAIN |
| 14 | QUAND L'INNOVATION DEVIENT UN JEU D'ENFANT |
| 16 | PORTRAITS DU PCT Prix Nobel pour le silence des gènes Quant un magicien du métal rencontre un sorcier de l'ingénierie Pilules à base de poison |
| 18 | LA P.I. ET LES ENTREPRISES: COEXISTENCE DES MARQUES |
| 20 | CYBERSQUATTEUR OU INNOCENT ADMIRATEUR? |
| 21 | COURS DE DROIT D'AUTEUR POUR ADOS |
| 22 | L'ACTUALITÉ EN BREF Un rapport de l'OMPI met en évidence une internationalisation de l'activité dans le domaine des brevets Superman contre les pirates du DVD Maîtres en invention 900 000 marques enregistrées en vertu du système de Madrid |
| 24 | COURRIER DES LECTEURS |
| 27 | PRIX DE L'OMPI |
| 28 | CALENDRIER DES RÉUNIONS |
| | NOUVEAUX PRODUITS |

RÉSULTATS DES **ASSEMBLÉES 2006** DES ÉTATS MEMBRES DE L'OMPI

“En tant qu’organisme mondial encourageant la créativité et l’innovation et prestataire, axé sur le marché, de services destinés à un très large éventail d’utilisateurs exigeants, l’OMPI compte de très nombreuses parties prenantes. Notre objectif consiste à faire en sorte que la totalité de ces parties prenantes soit prise en compte dans les efforts déployés en vue de déterminer, protéger et utiliser les actifs de propriété intellectuelle.”

Kamil Idris, directeur général de l’OMPI, dans sa déclaration liminaire.

Les assemblées des 183 États membres de l’OMPI se sont achevées le 3 octobre 2006, après être parvenues à un consensus sur tous les points inscrits à l’ordre du jour.

À la réunion de clôture, le directeur général de l’OMPI, M. Kamil Idris, a remercié les délégués pour la sagesse et la bonne volonté dont ils ont fait

preuve au cours des travaux et grâce auxquelles tous les points examinés par l’Assemblée générale ont pu connaître une issue positive. M. Idris a aussi exprimé son espoir de voir prévaloir à l’avenir cet esprit de détermination et d’engagement, de sorte que l’Organisation puisse relever les défis qui l’attendent. L’Assemblée générale de l’OMPI était présidée par M. Enrique Manalo, ambassadeur et représentant permanent des Philippines auprès de l’Office des Nations Unies et des autres organisations internationales à Genève, qui s’est joint à M. Idris pour saluer l’esprit constructif qui l’a emporté tout au long des travaux des Assemblées.

Les principales décisions de la session, qui s’est tenue du 25 septembre au 3 octobre 2006, sont les suivantes:

Programme et budget

Les assemblées des États membres de l’OMPI ont adopté, pour l’élaboration et le suivi du programme et budget, un nouveau mécanisme qui renforce le rôle des États membres. Les États membres ont accueilli positivement le rapport du Secrétariat sur la mise en œuvre des recommandations du Corps commun d’inspection, y compris en ce qui concerne l’évaluation bureau par bureau. Ils ont aussi accueilli avec satisfaction un rapport sur les initiatives prises par le Secrétariat au cours de l’année écoulée pour renforcer les processus budgétaires, de contrôle et de gestion, dont notamment une révision approfondie

des stratégies en matière de ressources humaines ainsi que des procédures relatives à la passation des marchés et à la supervision interne.

Plan d’action pour le développement

L’Assemblée générale a renouvelé pour une année supplémentaire le mandat du Comité provisoire sur les propositions relatives à un plan d’action de l’OMPI pour le développement (PCDA). Les États membres ont fait le bilan des deux sessions du PCDA tenues en février et juin 2006 et souligné la nécessité de poursuivre les débats sur les propositions présentées jusque-là dans le cadre de ce processus. L’Assemblée générale a décidé que le PCDA tiendrait deux sessions de cinq jours en vue de permettre des délibérations approfondies et structurées sur les 111 propositions présentées à ce jour. La liste des propositions à examiner au cours des deux sessions a été établie

Afin de faciliter et de rationaliser l’examen détaillé de l’ensemble des propositions sans aucune exclusive, le PCDA essaiera de limiter le nombre de propositions pour faire en sorte qu’il n’y ait ni répétition ni doublon, de séparer les propositions propices à des actions de celles qui constituent des déclarations énonçant des principes et objectifs généraux et de noter les propositions qui ont trait aux activités existantes de l’OMPI et celles qui concernent d’autres activités. Les documents de travail initiaux seront établis par M. Manalo, ambassadeur des Philippines, en concertation avec les États membres.

Le PCDA fera rapport à la session de 2007 de l’Assemblée générale, à laquelle il présentera des recommandations relatives aux actions à engager à partir des propositions acceptées ainsi qu’un cadre propice à l’examen d’autres propositions après la session de 2007 de l’Assemblée générale. Les États membres ont décidé que dans l’intervalle, et sans que cela compromette la fourniture de l’assistance technique, le Comité permanent de la coopération pour le développement en rapport avec la propriété intellectuelle (PCIPD), établi en 1999 pour traiter des questions relatives à la coopération pour le développement, cessera d’exister.

Comme cela a été le cas pendant les sessions du PCDA tenues en 2006, l’OMPI fournira un financement afin de faciliter la participation aux réunions du PCDA de représentants de pays en développement, de pays moins avancés (PMA) et de pays en transition.



“Les résultats positifs de cette réunion peuvent être attribués aux efforts inlassables déployés par tous les États membres pour arriver à des décisions par consensus en ce qui concerne les principaux points de l’ordre du jour”.

M. Enrique Manalo, président de l’Assemblée générale.

Droits des organismes de radiodiffusion

L’Assemblée générale a décidé de convoquer, pour la période du 19 novembre au 7 décembre 2007, une conférence diplomatique qui aura pour objectif la conclusion d’un traité sur la protection des organismes de radiodiffusion, y compris les organismes de distribution par câble.

Cette décision ouvre la voie à la dernière phase des négociations relatives à ce traité et prévoit la tenue, en janvier et juin 2007, de deux sessions spéciales du Comité permanent du droit d’auteur et des droits connexes (SCCR) en vue de préciser les questions en suspens et “d’arrêter et de finaliser, en suivant une approche fondée sur le signal, les objectifs, la portée spécifique et l’objet de la protection”. Les délibérations se limiteront à la protection des organismes traditionnels de radiodiffusion et de distribution par câble, conformément à la décision prise par le SCCR pendant sa session de mai 2006 d’examiner à part les questions relatives à la diffusion sur le Web et à la diffusion simultanée.

Droit des brevets

Les États membres sont convenus d’une façon de faire progresser les discussions engagées dans le cadre du Comité permanent de l’OMPI sur le droit des brevets (SCP). Ils ont décidé que les propositions relatives au programme de travail du SCP et notamment aux autres façons de procéder pourront être présentées jusqu’en décembre 2006. Ces propositions seront diffusées sous forme de synthèse à tous les États membres. Il a aussi été décidé que le président de l’Assemblée générale tiendra pendant le premier semestre de 2007 des consultations informelles sans aucune exclusive afin d’examiner les propositions et de recommander à l’Assemblée générale, en septembre 2007, un programme de travail pour le SCP. L’Assemblée générale examinera, en septembre 2007, les résultats des consultations en vue d’établir un programme de travail pour le SCP pour 2008 et 2009.

En outre, le Secrétariat a informé les États membres qu’une série de réunions d’information informelles seront organisées à Genève, entre octobre 2006 et septembre 2007, sur un certain nombre de sujets relatifs aux brevets, dont notamment les exceptions en faveur de la recherche, les normes techniques, les flexibilités dans le système des brevets, les stratégies nationales en faveur de

l’innovation et le transfert de technologie. Les deux premiers colloques se tiendront à Genève, respectivement le 11 octobre et le 29 novembre 2006.

Traité de Singapour sur le droit des marques

Les États membres ont exprimé leur soutien au Traité de Singapour sur le droit des marques, adopté en mars 2006, qui entrera en vigueur lorsque 10 pays ou organisations intergouvernementales l’auront ratifié ou y auront adhéré. Les États membres ont aussi accueilli positivement une résolution de la conférence diplomatique tendant à fournir une assistance aux pays les moins avancés et aux pays en développement pour faciliter la mise en œuvre du traité dans ces pays. La mise en œuvre du Traité de Singapour mettra à la disposition des administrations nationales et régionales chargées des marques des procédures simplifiées, y compris des moyens électroniques de communication. Il s’ensuivra une diminution du coût des opérations requises dans le cadre de la procédure à suivre, et les entreprises seront encore davantage incitées à investir et à se développer à l’étranger.

Ressources génétiques, savoirs traditionnels et folklore

Les États membres ont exprimé leur volonté d’accélérer les travaux du Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux ressources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore et d’obtenir des résultats concrets. Les États membres se sont aussi félicités de la mise en place du fonds de contributions volontaires créé à la session de 2005 de l’Assemblée générale en vue de financer la participation aux travaux du comité des représentants d’observateurs accrédités qui représentent les communautés autochtones ou locales. Un certain nombre d’annonces de contribution au fonds ont été faites, qui permettraient de le rendre opérationnel en temps voulu dans la perspective de la réunion du comité intergouvernemental prévue en décembre.



“Cette Organisation a conçu des programmes utiles à tous les pays; elle fournit dans le monde entier des services de propriété intellectuelle et représente le principal organisme mondial en matière d’établissement de normes relatives à la propriété intellectuelle. Elle doit avoir pour objectif non seulement de conserver cette position, mais également de la renforcer, tout en inspirant aux générations futures une culture de la propriété intellectuelle qui soit authentique et ouverte et repose sur des bases solides.”

M. Kamil Idris, directeur général de l’OMPI

Interprétations et exécutions audiovisuelles

Les États membres ont noté l’état d’avancement des consultations sur la protection des interprétations et exécutions audiovisuelles et accepté de maintenir cette question à l’ordre du jour de la session de septembre 2007 de l’Assemblée générale. L’adoption d’un nouvel instrument dans ce domaine renforcerait la position des artistes interprètes ou exécutants dans l’industrie de l’audiovisuel en fournissant une base juridique plus claire pour l’utilisation internationale des œuvres audiovisuelles, tant sur les supports traditionnels que dans les réseaux numériques. L’Assemblée générale a aussi pris note de la proposition du directeur général d’organiser au cours de l’année à venir des séminaires nationaux et régionaux afin d’étudier les questions qui se posent et les diverses solutions trouvées dans la législation et les pratiques contractuelles existant au niveau national.

Application des droits

Les États membres ont pris note du travail accompli par le Comité consultatif sur l’application des droits (ACE), en particulier au niveau de l’éducation, de la sensibilisation et de la formation, dans tous les domaines de l’application des droits de propriété intellectuelle.

PCT

Les États membres ont approuvé la nomination de l’Institut nordique des brevets, regroupant les offices de brevets du Danemark, de l’Islande et de la Norvège, en qualité d’administration chargée de la recherche internationale et de l’examen préliminaire international selon le Traité de coopération en matière de brevets (PCT). L’Assemblée de l’Union du PCT a également examiné l’état d’avancement de la réforme du PCT qui vise à faire en sorte que le PCT réponde aux attentes de l’ensemble des utilisateurs. Les délégués ont aussi pris note des importants gains de productivité réalisés au cours des trois dernières années grâce à une informatisation accrue des procédures du PCT.

Les États membres ont approuvé une proposition relative à la création d’un service d’accès numérique aux documents de priorité, visant à éviter aux déposants d’avoir à présenter des preuves du dépôt de leur demande initiale dans chaque pays où la priorité est demandée. Un groupe de travail chargé de contribuer à l’établissement des procédures nécessaires à cet effet sera convoqué au début de 2007.

Système de Madrid

L’Assemblée de l’Union de Madrid pour l’enregistrement international des marques a examiné les dispositions relatives à la procédure de refus en vertu du Protocole de Madrid à l’expiration d’une période de 10 ans à compter de son entrée en vigueur. Les États membres ont conclu que le fonctionnement de cette procédure était satisfaisant et qu’il n’était pas nécessaire de procéder à une modification quant au fond. L’Assemblée de l’Union de Madrid a également adopté une déclaration interprétative visant à permettre dans l’avenir des vérifications supplémentaires du fonctionnement de la procédure de refus.

L’Assemblée de l’Union de Madrid a par ailleurs adopté un certain nombre de modifications du règlement d’exécution commun à l’Arrangement de Madrid et au protocole y relatif, qui régissent le système d’enregistrement international des marques. La plupart de ces modifications entreront en vigueur le 1er avril 2007. Les États membres ont également adopté des modifications relatives aux dispositions portant sur la continuation des effets des enregistrements internationaux dans des États devenus indépendants d’un autre État contractant. Ces dispositions établissent une procédure simple permettant aux titulaires d’un enregistrement international de maintenir ce dernier en vigueur dans le pays ayant accédé à l’indépendance.

L’Assemblée de l’Union de Madrid a également prolongé le mandat du Groupe de travail ad hoc sur le développement juridique du système de Madrid afin qu’il soit en mesure de poursuivre les travaux en vue d’une éventuelle révision de la “clause de sauvegarde” dans le Protocole

de Madrid, et de faire en sorte que le système continue de répondre aux attentes de l'ensemble des utilisateurs.

Arbitrage et médiation

L'Assemblée générale a passé en revue les activités menées dans le domaine de la protection de la propriété intellectuelle dans le système des noms de domaine de l'Internet. Le Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI reçoit actuellement une moyenne de 4,5 plaintes par jour portant sur des litiges en matière de noms de domaine. Les États membres ont en outre pris note du stade atteint dans la mise en œuvre des recommandations formulées par l'Assemblée générale de l'OMPI en 2002 en ce qui concerne le deuxième processus de consultations sur les noms de domaine de l'Internet, qui porte sur le lien entre



Photo: OMPI/Mercedes Martinez Dozal

Les assemblées ont permis au directeur général de l'OMPI, M. Kamil Idris, de rencontrer les représentants de nombreux États membres. Il s'entretient ici avec M. Daniel Elie, ministre haïtien de la culture et de la communication, de l'appui de l'OMPI à Haïti en matière de formation et de développement de l'infrastructure de propriété intellectuelle de ce pays.

Observatrices

Dans le droit fil de l'engagement de l'OMPI en faveur d'une plus grande transparence et d'un débat associant toutes les parties, sans exclusive, les assemblées ont admis en qualité d'observatrices un certain nombre d'organisations internationales non gouvernementales. Ces organisations sont la Fédération arabe pour la protection des droits de propriété intellectuelle (AFPIPR), l'Association européenne de fournisseurs commerciaux d'information en matière de brevets (PatCom) et 3D – Trade – Human Rights – Equitable Economy (3D).

Les organisations admises en qualité d'observatrices sont invitées à assister aux réunions des assemblées des États membres de l'OMPI et à d'autres réunions dont le thème présente un intérêt direct pour elles. Neuf autres organisations nationales non gouvernementales, qui ont été considérées comme étant en mesure d'apporter une contribution constructive et significative aux délibérations menées dans le cadre des assemblées des États membres de l'OMPI, ont été admises en qualité d'observatrices conformément à une décision prise par les États membres de l'OMPI en octobre 2002. À présent, 67 organisations intergouvernementales, 203 ONG internationales et 40 ONG nationales ont été admises en qualité d'observatrices auprès de l'OMPI.

les noms de domaine et certaines désignations autres que les marques. L'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) étudie actuellement des recommandations relatives à la protection des noms et sigles d'organisations internationales intergouvernementales.

Rapport sur l'exécution du programme

Les assemblées des États membres de l'OMPI ont approuvé le rapport de l'Organisation sur l'exécution du programme axé sur les résultats pour l'exercice biennal 2004-2005. Les assemblées de l'OMPI ont aussi pris note

des informations relatives aux principales activités menées pendant le premier semestre de 2006, y compris le rapport sur l'état d'avancement du projet de nouvelle construction, contenant des renseignements destinés aux États membres sur les progrès réalisés depuis les assemblées de 2005.

ART ET ARTISANAT DE COLOMBIE

Avec l'aimable autorisation de Artesanías de Colombia



1

2

3

En Colombie, près d'un million de personnes gagnent leur vie, de manière directe ou indirecte, grâce au secteur de l'art et de l'artisanat national. Ce secteur dynamique, qui contribue de manière significative à l'économie du pays, compte quelque 350 000 artisans, dont près de 60% sont originaires de zones rurales et autochtones et 65% sont des femmes. Une exposition remarquable, mettant en valeur toute la richesse et la diversité de l'art et de l'artisanat du pays, vient de se tenir du 25 septembre au 12 octobre 2006 au siège de l'OMPI. Elle avait été organisée conjointement par l'OMPI et le Gouvernement colombien.

Photo: OMPI/Mercedes Martínez Dozal



Un motif wayúu sur un hamac tissé à la manière traditionnelle.

Les pièces exposées provenaient de la collection *Artesanías de Colombia*, un organisme public chargé de la promotion et du développement du secteur de l'art et de l'artisanat du pays. La Colombie encourage ses artisans à utiliser le système de la propriété intellectuelle pour protéger leurs créations et obtenir une juste rémunération pour leurs efforts, tout en préservant le patrimoine national pour les générations à venir.

En inaugurant l'exposition, Mme Clemencia Forero Ucros, ambassadrice représentante permanente de la Colombie auprès des Nations Unies à Genève, a déclaré que l'artisanat colombien constitue la représentation ultime de la culture, de la particularité et du folklore du pays. Elle a également souligné l'importance pour un pays tel que la Colombie de "poursuivre la collaboration avec l'OMPI, afin de protéger nos expressions culturelles".

L'exposition présentait des bijoux, de l'argenterie, de la vannerie, de la tapisserie, des objets en céramique, des masques en bois ainsi que des objets tissés avec finesse, tous produits dans des régions différentes par les divers groupes autochtones du pays. L'espace dont nous disposons ne nous permet d'aborder ici que trois de ces formes d'art traditionnelles.

Patrimoine des Zenú



4

5

6

7

Le chapeau *Vueltao* (4), l'un des symboles les mieux connus et les plus populaires de Colombie, est le symbole par excellence de l'artisanat colombien. Il est l'œuvre du groupe ethnique zenú qui utilise pour le produire des couleurs, des motifs et des techniques de tissage plus que millénaires. Les Zenú utilisent un procédé traditionnel complexe pour transformer les fibres naturelles du palmier *caña flecha* (5, 6) en fibres noires et blanches (7) qu'ils tissent ensuite pour former des motifs représentant les éléments totémiques de la culture zenú. Ceux-ci portent des noms traditionnels, tels que Cœur de l'éventail, Fleur de crocodile, par exemple. Aujourd'hui, les Zenú produisent toute une gamme de produits pour la maison utilisant leurs techniques traditionnelles.

Le chapeau *Caña Flecha*, conçu par Olga Piedrahita, est présenté ici au défilé de mode *Identidad Colombia* (Identité colombienne).



Les toiles de Waleker

Les femmes du groupe ethnique wayúu, originaires de la péninsule Guajira située à la frontière entre la Colombie et le Venezuela, disent qu'elles ont appris leurs techniques de tissage de *Waleker* – l'araignée. Les secrets du tissage traditionnel font partie des rites d'initiation des adolescentes à la vie adulte. Les très élaborés *kanás* (motifs de tissage) cousus à la main sont une forme d'art wayúu très ancienne et représentent les éléments présents dans la structure matriarcale de leur société, de leur environnement et de leur vie quotidienne.

Les Wayúus utilisent également des techniques traditionnelles pour faire des sacs, des sandales, des tapis et de magnifiques jarres en terre destinées au transport de l'eau.

Vernis de Pasto – la résine de *mopa-mopa*



Le peuple autochtone du département de Nariño en Colombie, a développé une technique d'extraction de la résine de l'arbre *mopa-mopa*, qu'il façonne en fines feuilles et teint avec des colorants végétaux avant de les cuire. Il les applique ensuite à la surface d'objets en bois, créant ainsi de superbes motifs. Cette technique millénaire, connue sous le nom de vernissage de Pasto, est restée inchangée. Elle est actuellement utilisée pour créer des motifs contemporains sur des plateaux et des assiettes (1, 2), des vases (8, 9), des

boîtes et d'autres objets (10). Cette technique demande un doigté délicat, car les fragments teints doivent être disposés avec précision sur la surface en bois afin d'obtenir les textures et les coloris des motifs.

La poterie de La Chamba

Cheval et cavalier (3), une pièce de poterie noire d'Eduardo Sandoval, a été conçue en se servant de techniques traditionnelles du peuple de La Chamba qui ont été enseignées à l'artiste par son grand-père. Les potiers de La Chamba créent des pièces de céramique noires ou rouges, qu'ils polissent en les frottant à l'aide d'agates et de galets de rivière. M. Sandoval a appris ces techniques quand il était enfant, puis il a étudié les beaux-arts, la peinture et la sculpture. Il fait régulièrement livrer de l'argile de La Chamba à son atelier de Bogota et mêle les techniques de son enfance à sa formation académique pour créer des œuvres uniques qui lui ont valu une reconnaissance locale.

LE MAGNÉTOSCOPE... 50 ANS PLUS TARD

Lecture

Inventée en 1956, la technologie qui nous a donné le magnétoSCOPE est déjà en fin de vie. Mais en 50 ans, elle aura révolutionné l'industrie du cinéma, bouleversé les habitudes des téléspectateurs, déclenché la première "guerre des formats" et soulevé des questions juridiques qui ont donné lieu à des décisions importantes en matière de droit d'auteur et d'usage loyal.

Quand la télévision a fait ses débuts, dans les années 1950, la seule façon de revoir l'image diffusée était de la "kinéSCOPE", c'est-à-dire de l'enregistrer à l'aide d'une caméra spéciale installée devant un écran de téléviseur. Il fallait des heures pour développer les images ainsi filmées, et le résultat n'était pas de très bonne qualité, de sorte que la plupart des chaînes de télévision se bornaient à diffuser en direct, depuis leur studio. Cela posait toutefois un problème dans les pays dont le territoire couvrait plusieurs fuseaux horaires. Aux États-Unis, par exemple, le grand bulletin de nouvelles de 18 heures, à l'heure de New York, pouvait difficilement être diffusé en direct à Los Angeles, où il n'était que 15 heures. Les deux seules solutions possibles étaient donc de rediffuser la même émission en direct trois heures plus tard ou de la kinéSCOPE et de développer le film à toute vitesse, de façon à pouvoir le rediffuser à temps. Il était donc urgent d'élaborer une nouvelle technique d'enregistrement.

Les grandes entreprises d'électronique de l'époque s'engagèrent dans une course effrénée pour mettre au point une machine permettant de fixer des images télévisées sur un support magnétique. De son côté, toutefois, Ampex Corporation travaillait en secret sur un appareil qui faisait appel au principe de tête rotative breveté en 1938 par un inventeur italien pour l'enregistrement du son. Après avoir essuyé plusieurs échecs et même, un temps, abandonné complètement le projet, Ampex présenta sous le nom de VRX-1000, en avril 1956, le premier appareil capable d'enregistrer des images sur une bande magnétique, le premier magnétoSCOPE. L'événement fit sensa-

tion. Mais avec son prix de 50 000 dollars É.-U. (en gros l'équivalent de 325 000 dollars É.-U. d'aujourd'hui), ses têtes rotatives très coûteuses qu'il fallait remplacer au bout de quelques centaines d'heures et une manipulation qui nécessitait les services d'un opérateur hautement qualifié, le VRX-1000 n'était pas, loin s'en faut, un produit de consommation courante.

Les commandes des grands réseaux de télévision se mirent pourtant à affluer. La chaîne CBS fut la première à utiliser cette nouvelle technologie, ce qui lui permit, le 30 novembre 1956, de diffuser l'émission *Douglas Edwards and the News* de ses studios d'Hollywood quelques heures après l'avoir présentée aux téléspectateurs de New York. Le présentateur Douglas Edwards n'eut plus jamais besoin de se répéter, et la télévision s'en trouva changée pour toujours.



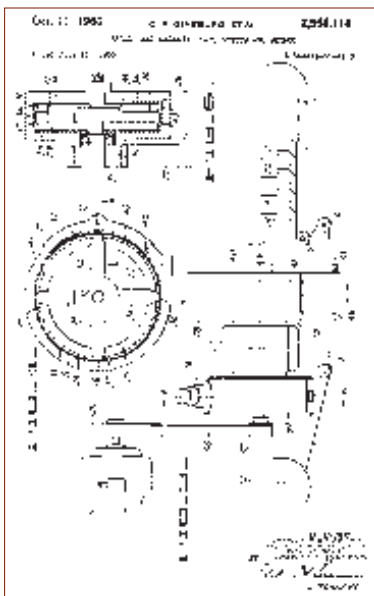
Charles Anderson raconte ainsi la réaction des membres de la société Ampex à qui son équipe présente le VRX-1000, le 14 avril 1956, en leur faisant rejouer le film du dévoilement qu'ils viennent à peine de

visionner: "Il y a eu un silence assourdissant. Et ensuite un grondement. Les gens sont revenus tout à coup se presser autour de la machine".

Avance rapide: la vidéo domestique

Les autres entreprises abandonnèrent leurs recherches et suivirent l'exemple donné par Ampex. RCA groupa ses brevets avec ceux d'Ampex et prit une licence sur la technologie de cette dernière. On avait maintenant un nouvel objectif: mettre au point un magnétoSCOPE à usage domestique. Il devait être solide, abordable et facile à utiliser.

La société Sony lança le premier appareil de ce type en 1964, Ampex et RCA faisant de même en 1965. Ces appareils et tous ceux qui allaient les suivre au cours des 10 à 15 années suivantes furent achetés surtout par des particuliers fortunés, des entreprises ou des écoles, car s'ils coûtaient beaucoup moins cher que le VRX-1000, ils n'en



Responsable de l'équipe de chercheurs de la société Ampex qui l'a élaboré, et considéré comme le père du magnétoSCOPE, Charles Ginsburg s'est vu délivrer pour son "système et méthode de bande magnétique à bande large" le brevet U.S. 2,956,114.

Dans le domaine des communications, l'avènement d'une nouvelle technologie donne toujours lieu à une remise en cause des hypothèses et de la jurisprudence en matière de droit d'auteur.

Fin de citation

Dans une phrase désormais célèbre, prononcée alors qu'il témoignait, en 1982, devant le Congrès des États-Unis d'Amérique, Jack Valenti, président, à l'époque, de la Motion Picture Association of America a déclaré: "Je vous affirme que le magnétoscope est au producteur de films américain et au public américain ce que l'étrangleur de Boston est à la femme seule à la maison".

Il n'y avait par de quoi s'inquiéter. Selon la Vidéo Software Dealers Association, les consommateurs américains ont en effet dépensé en 2001, année record pour le secteur de la vidéo domestique, la somme prodigieuse de 7 milliards de dollars É.-U. pour la location et 4,9 milliards de dollars É.-U. pour l'achat de cassettes vidéo.

restaient pas moins inaccessibles au consommateur moyen. Pourtant, l'industrie de l'électronique grand public reconnaissait les signes avant-coureurs d'une véritable révolution du magnétoscope, et chacun de ses membres voulait sa part du gâteau. On continua donc à engloutir des fortunes dans la recherche et le développement.

Toute cette concurrence aboutit à l'introduction sur le marché de trois formats de magnétoscopes incompatibles entre eux: le Betamax de Sony en 1975, le VHS de JVC en 1976 et le V2000 de Philips en 1978. Deux de ces derniers finiraient par s'opposer, au cours des années 1980, dans ce que l'on appela la première guerre des formats.

L'industrie de l'électronique était cependant préoccupée, à l'époque, par un problème beaucoup plus immédiat: quel contenu tous ces gens allaient-ils regarder sur leur magnétoscope? Et qui allait le produire? Les fabricants considéraient que la fonction d'enregistrement d'un magnétoscope n'était rien de plus qu'une option amusante, sans utilité réelle pour le consommateur moyen. Pourquoi, se disaient-ils, voudrait-on enregistrer une émission de télévision et la regarder plus tard? Ils pensaient que la réponse au problème du contenu viendrait sous la forme de films sur cassette vidéo. Les studios, toutefois, ne partageaient pas cet avis.

Pause: la question du droit d'auteur

L'arrivée du magnétoscope causa une vive inquiétude chez les dirigeants de l'industrie cinématographique. La télévision les avait déjà privés d'une part de marché importante, et ils voyaient ce nouvel appareil comme une menace considérable. Le droit d'auteur, clamaient-ils,

était menacé. Le simple enregistrement d'une émission de télévision ne constituait-il pas une reproduction portant atteinte aux droits de son auteur? La question fut soumise aux tribunaux. En 1976, soit l'année suivant le lancement du magnétoscope Betamax par Sony, Universal City Studios et Walt Disney Company engageaient une action contre Sony afin d'obtenir le bannissement de cet instrument de piratage.

Dans le domaine des communications, l'avènement d'une nouvelle technologie donne toujours lieu à une remise en cause des hypothèses et de la jurisprudence en matière de droit d'auteur. Au même titre que la presse à imprimer, qui a donné naissance aux premières lois sur le droit d'auteur parce qu'elle permettait de reproduire massivement les livres, ou le cinéma, qui a soulevé la question des droits des auteurs sur les œuvres dérivées, c'était maintenant le magnétoscope qui se retrouvait sur la sellette. Une première décision, rendue en 1979, fut défavorable aux studios, le tribunal ayant jugé licite l'usage du magnétoscope à des fins d'enregistrement non commercial. Les studios firent appel et obtinrent le renversement de ce jugement en 1981. Sony porta alors l'affaire devant la Cour suprême des États-Unis d'Amérique.

Dans un arrêt qui fait jurisprudence, rendu en 1984, la Cour suprême statua que le fait d'enregistrer des émissions de télévision chez soi dans le but de les visionner à un autre moment ("à des fins d'adaptation d'horaire") constituait un "usage loyal".¹ L'élément dit d'adaptation d'horaire a joué un rôle important dans le raisonnement de la Cour, cette dernière ayant considéré qu'un enregistrement réalisé à de telles fins n'était pas de nature à porter une atteinte sérieuse au titulaire du droit d'auteur ou à réduire le marché du produit.

1. U.S. Supreme Court
SONY CORP. v. UNIVERSAL CITY STUDIOS, INC.,
464 U.S. 417 (1984)
464 U.S. 417





En 2001, les consommateurs américains ont loué pour 7 milliards de dollars É.-U. et acheté pour 4,9 milliards de dollars É.-U. de cassettes vidéo.

Entre-temps, le magnétoscope était devenu un produit de consommation courante, et les grands studios de cinéma s'étaient aperçus que son succès, contrairement à ce qu'ils avaient craint, leur était très largement profitable. La location et la vente de films sur vidéocassette commençaient, en effet, à générer des revenus gigantesques: 100 millions de dollars É.-U. de bénéfices supplémentaires pour Disney, par exemple, pour la seule année 1986. Les chaînes de télévision, en revanche, ayant découvert que l'option d'enregistrement qu'ils croyaient "inutile" se taillait un franc succès auprès du public, se trouvaient confrontés à un tout autre problème: découvrir de nouvelles façons de satisfaire leurs annonceurs, maintenant que les téléspectateurs avaient la possibilité de sauter tout simplement les annonces publicitaires.

Betamax contre VHS: duel pour la norme

Parallèlement, une guerre des formats opposait les fabricants de magnétoscopes. Quand la société Sony avait lancé son Betamax, elle était convaincue que les autres fabricants allaient reconnaître la supériorité de sa technologie et abandonner leurs formats au profit du Betamax. Elle avait tort. Chez elle, au Japon, la société JVC refusa de reconnaître la suprématie du Betamax et commercialisa son propre format, le VHS. Sur le marché européen, la société Philips regimait, elle aussi, mais

elle connut des problèmes techniques qui l'obligèrent à se retirer très tôt de la course.

Pour Sony, le seul avantage du format VHS était d'offrir une durée d'enregistrement plus longue. La société décida donc de doubler l'autonomie du Betamax. JVC renchérit, et ainsi de suite, jusqu'à ce que la question de la durée d'enregistrement cesse d'être un argument déterminant dans le choix des acheteurs et que la stratégie commerciale prenne le pas sur la supériorité technologique.

Les deux formats furent à égalité pendant plusieurs années, mais à la longue, JVC finit par l'emporter avec son VHS. L'une des raisons de ce succès fut la politique de cette société en matière de licences. Ayant calculé qu'il pouvait être très lucratif de percevoir des redevances sur sa technologie, elle avait en effet concédé des licences de fabrication de son magnétoscope à des fabricants d'électronique importants tels que Zenith et RCA. La présence des appareils VHS sur le marché s'en trouva renforcée, ce qui eut pour effet de réduire les prix et d'accroître l'intérêt des consommateurs.

À peu près à la même époque, au début des années 1980, on assista à une véritable éclosion des magasins de location vidéo. Leurs propriétaires avaient très vite compris que pour attirer la clientèle, ils devaient proposer des magnétoscopes à des prix abordables. Bien que de meilleure qualité, les appareils au format Betamax étaient plus chers, plus difficiles à réparer et, au début, seulement compatibles avec un certain type de téléviseur. Le VHS devint donc le choix tout désigné pour les magasins de location. L'effet d'entraînement – plus d'appareils VHS, donc plus de films en format VHS – acheva d'écarter Betamax.

Éjection

La technologie, bien sûr, n'en était pas restée là. En 2003, les ventes de lecteurs de DVD avaient déjà dépassé celles des magnétoscopes. Les jours de la bande magnétique étaient comptés. Sensibles aux tendances du marché, les magasins de location vidéo mettent désormais l'accent sur le format DVD, accélérant ainsi le déclin du magnétoscope. Pendant ce temps, tandis que les fabricants pro-

posent la toute dernière génération d'enregistreurs vidéo numériques, des films sont transmis en continu sur des téléphones portables, et toutes sortes d'autres technologies plus nouvelles les unes que les autres s'apprêtent à venir se disputer les faveurs du public.

Pour en revenir aux préoccupations de droit d'auteur, elles sont loin d'avoir été toutes résolues, et la révolution numérique qui bouleverse les communications ne fera rien pour simplifier le problème. De l'utilisation des techniques de gestion numérique des droits aux exceptions et limitations définissant les frontières de l'usage loyal des œuvres protégées par le droit d'auteur, des questions complexes



Photo: Sony

Photos.com

Les premiers modèles du caméscope, prolongement logique du magnétoscope, étaient encombrants. La caméra était facile à miniaturiser, mais l'enregistreur posait plus de problèmes. La solution: miniaturiser la bande magnétique.

continueront d'alimenter le débat international au sein des instances chargées des politiques et de l'établissement des normes juridiques, et de contribuer ainsi à l'évolution du droit d'auteur et de la pratique en cette matière.

Usage loyal, acte loyal, exceptions réglementaires

L'un des éléments essentiels de la législation en matière de droit d'auteur concerne les exceptions qui en limitent la portée, c'est-à-dire les divers usages des œuvres protégées qui, ainsi que le prévoit la Convention de Berne, ne sont pas de nature à porter "atteinte à l'exploitation normale de l'œuvre" ni à causer "un préjudice injustifié aux intérêts légitimes de l'auteur" et qui confèrent donc au public une certaine latitude pour utiliser librement l'œuvre.

Ces utilisations sont qualifiées d'*actes loyaux* dans certains pays de common law, tandis que les systèmes de droit civil les acceptent en tant qu'*exceptions réglementaires* au droit d'auteur. Il existe également une notion dite de *usage loyal*, établie aux États-Unis d'Amérique, en vertu de laquelle il est possible d'utiliser une œuvre sans l'autorisation du titulaire du droit d'auteur si l'usage en question répond à certains critères relatifs à la nature et à l'objet de cet usage, et notamment s'il est à caractère commercial, à la nature de l'œuvre, à l'importance de la partie de l'œuvre utilisée relativement à son ensemble et aux conséquences probables de l'usage sur la valeur commerciale de l'œuvre.

L'interprétation de ces exceptions évolue au fur et à mesure que la technologie ouvre de nouvelles possibilités, comme dans le cas du magnétoscope.

Les exceptions au titre de l'usage loyal peuvent concerner des actes très divers, tels que:

- l'interprétation ou exécution publique d'une œuvre musicale, par exemple, dans le cadre d'un service religieux;
- la radiodiffusion accidentelle d'une œuvre d'art, par exemple dans le cadre d'un bulletin de nouvelles télévisé;
- la reproduction à des fins d'adaptation d'horaire, par exemple à l'aide d'un magnétoscope, la copie, par un enseignant, d'une petite partie d'une œuvre afin d'illustrer un cours ou la citation d'extraits d'un roman, d'une pièce de théâtre ou d'un film.

MOBILISER L'INNOVATION POUR STIMULER LE DÉVELOPPEMENT

Le point de vue sud-africain

Par Mme Sibongile Pefile

Mme Sibongile Pefile est responsable des résultats de recherche et de développement au Conseil sud-africain de la recherche scientifique et industrielle (CSIR). Dans cet article rédigé pour le Magazine de l'OMPI, elle examine la manière dont l'innovation peut être encouragée dans le but de stimuler le développement socio-économique des pays en développement et illustre son propos de quelques exemples récents d'innovations sud-africaines.

La mission du CSIR est de collaborer avec les secteurs privé et public afin d'encourager la recherche industrielle et scientifique ainsi que l'innovation technologique et de contribuer ainsi à l'amélioration de la qualité de vie du peuple sud-africain. Nous cherchons avant tout à promouvoir et à transférer d'une manière durable des technologies et des connaissances scientifiques innovantes, en mettant l'accent sur celles qui sont le plus susceptibles d'avoir une incidence favorable sur nos communautés.

Innovations et inventions

Que faut-il entendre par là? Comment un pays en développement comme l'Afrique du Sud peut-il mettre en place les conditions nécessaires pour stimuler la capacité d'innovation de ses institutions et de ses habitants – et pour en bénéficier? Comme il est toujours bon de commencer par le commencement, prenons un instant pour nous demander ce qu'est l'innovation. On pourrait dire, par exemple, que la créativité est la génération d'idées nouvelles, que les inventions sont des découvertes qui apportent des solutions à des problèmes et que l'innovation consiste à les commercialiser et à les exploiter. L'innovation, par conséquent, est l'application d'une solution dans la société ou l'économie. Il est possible d'innover sans jamais rien inventer.

Systemes d'innovation

De nombreux travaux se sont penchés sur les différents éléments qui doivent être mis en jeu pour favoriser l'innovation

dans un secteur donné. Pour qu'il y ait innovation, il faut que soient réunis des savoirs scientifiques, commerciaux et institutionnels de sources diverses. Par conséquent, un "système d'innovation" est fondé sur un réseau qui, au sein d'un système économique, relie les différentes organisations ou autres acteurs qui contribuent à la création, à l'adoption, à l'exploitation et à la diffusion du savoir scientifique et technologique. La nature des incidences réciproques et des processus à l'œuvre au sein d'un système d'innovation est régie par le contexte et les institutions concernées. L'innovation résulte de ce processus d'interaction entre les parties prenantes. Il ne s'agit pas d'un processus linéaire, mais d'un processus itératif dont les différentes étapes mettent en œuvre des boucles de rétroaction.

Les éléments suivants sont nécessaires à la promotion d'un système d'innovation:

- aide à la recherche-développement;
- secteur public actif;
- capacités en matière de fabrication, de commerce et d'industrie;
- création de marchés domestiques;
- développement de marchés d'exportation;
- création de systèmes de propriété intellectuelle;
- création d'un cadre de politique générale approprié.

Tous les éléments sont interdépendants, en ce sens que le progrès des uns fait progresser les autres¹ et qu'à l'inverse, le statisme des uns fait obstacle à l'évolution des autres. C'est pourquoi une stratégie d'innovation ne peut pas être cohérente si elle ne les prend pas tous en compte.

Le cyberpisteur

Un assistant personnel électronique muni d'un module de positionnement GPS pour observer les comportements des animaux sauvages. Inventé en 1996 par l'environnementaliste Louis Liebenberg et Lindsay Steventon, le *CyberTracker* fait le lien entre l'informatique, la technologie satellitaire et le savoir traditionnel des pisteurs.

Le *CyberTracker* est utilisé actuellement dans de grandes réserves fauniques telles que le Parc national du Karoo, pour suivre les déplacements et les habitudes de reproduction des animaux dans le cadre d'un important projet de conservation. Grâce à son interface graphique, l'appareil permet à un pisteuse analphabète de communiquer aux chercheurs des informations détaillées particulièrement utiles.



Prix Rolex à l'esprit d'entreprise / Photographie: Eric Vandeville



La seringue à blocage de sécurité offre une meilleure protection contre les piqûres accidentelles et la contamination. Elle est en outre plus facile à utiliser et permet une plus grande précision de dosage que les seringues conventionnelles.

1. D'après R Mahoney, MIHR, 2003

Le brûle-mine

Mis au point avec l'aide financière du CSIR et du ministère du commerce et de l'industrie, le *MineBurner* vise à réduire le coût des opérations de déminage, et ainsi le nombre des personnes tuées chaque année dans le monde par des mines abandonnées. Ce dispositif consomme la charge explosive dans la mine au lieu de la faire exploser, ce qui permet de l'utiliser sans risque dans une zone peuplée.

Son inventeur, Paul Richards, explique: "Grâce à une technologie brevetée, le *MineBurner* délivre sous une pression parfaitement contrôlée une quantité très précise d'un mélange d'oxygène et de gaz de pétrole liquéfié (GPL) qui permet de brûler le contenu de la mine. Il est fabriqué avec des matériaux que l'on peut trouver localement, ce qui réduit son prix de revient. Selon les Nations Unies, le coût actuel de neutralisation d'une mine est de 300 à 1000 dollars É.-U. Avec le *MineBurner*, il est estimé à seulement 20 cents.



Avec l'autorisation du CSIR

Pour dire les choses plus simplement, la réussite d'une économie en matière d'innovation dépend non seulement de celle de chacun des éléments ci-dessus, mais aussi des incidences qu'ils ont les uns sur les autres en tant que composants d'un même système collectif.

Le gouffre de l'innovation

Comme on peut le voir dans ces pages, les institutions sud-africaines sont à l'origine d'un certain nombre d'innovations intéressantes. Mais combien d'autres restent inexploitées ou sont tombés dans ce que l'on a appelé le *gouffre de l'innovation*?

Lorsqu'on examine le processus qui mène une invention ou une découverte jusqu'au stade commercial, on s'aperçoit que la phase de recherche-développement et souvent financée par des fonds publics. Une fois qu'un produit a été élaboré et mis à l'essai, c'est idéalement le secteur public qui prend la relève. Quand l'investisseur initial fait défaut, le problème se pose de savoir qui va payer les frais de développement, d'essai des prototypes, d'élaboration du plan d'entreprise ou de transfert du savoir-faire relatif à la technologie concernée. Ce déficit de financement ou "gouffre de l'innovation" est l'écart qui sépare la recherche de la mise en œuvre des produits ou services créés à partir des technologies élaborées grâce à cette recherche. Il est problématique dans de nombreux pays en développement modérément actifs en matière de recherche-développement, car il les empêche de franchir le pas entre la création de savoirs et leur application.

Questions sociales

La technologie change notre façon de faire des affaires et de mener notre vie. Des tâches difficiles peuvent être facilitées grâce à des produits et à des procédés innovants. Le problème est que les nouvelles technologies ne se rendent toujours pas jusqu'à ceux qui en ont le plus besoin. L'accès aux nouveaux produits continue à être limité par des facteurs de coût et par le fait que le secteur privé est plus intéressé à répondre aux

exigences de rendement de ses actionnaires qu'à satisfaire des objectifs sociaux.

Notre défi le plus important consiste à accroître la capacité d'innovation afin d'améliorer la condition des plus pauvres. Des initiatives simples comme de donner aux populations des pays en développement accès à de l'eau potable et à des installations sanitaires suffisent à réduire les causes de maladie et sauver des vies. L'innovation n'a pas besoin de se manifester par des créations très élaborées. Ce qui importe, c'est qu'elle réponde à un besoin et atteigne les communautés qui en ont le plus besoin – comme celles des campagnes sud-africaines dont l'initiative des manèges à eau *PlayPumps* a transformé la vie (voir page 14).

La question de la place des droits de propriété intellectuelle dans l'établissement d'un environnement propice au développement socio-économique dans les pays en développement peut donner lieu à bien des débats. Il n'en reste pas moins qu'il existe une législation internationale en matière de propriété intellectuelle et que, dans un grand nombre de pays en développement, il existe aussi maintenant un cadre juridique dans ce domaine. À mon avis, la question à se poser est donc celle-ci: comment peut-on gérer la propriété intellectuelle d'une manière suffisamment créative pour en retirer tous les avantages? Pour pouvoir bénéficier des systèmes de propriété intellectuelle, les pays en développement ont besoin de mesures de renforcement des capacités et de sensibilisation, car c'est ce qui leur permettra de prendre des décisions informées en matière de dépôt de brevets et de concession de licences.

Les nouvelles technologies ne se rendent toujours pas jusqu'à ceux qui en ont le plus besoin.

Innover pour réduire le fossé du développement: des défis en vue

Peut-on vraiment s'attendre à ce que les pays en développement connaissent une croissance aussi rapide que celle des pays développés, alors que ces derniers n'ont pas cessé de bénéficier des avantages de l'innovation techno-

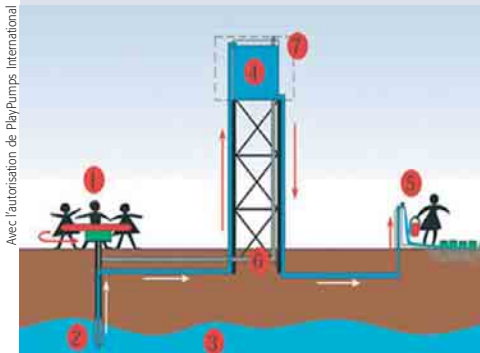


logique au cours des siècles? Il est certain, en tout cas, qu'ils devront surmonter pour cela un certain nombre d'écueils:

- **Moyens financiers.** Pour un pays en développement ayant des activités de recherche-développement, la commercialisation des produits et services nouveaux, améliorés ou à valeur ajoutée qui en résultent représente un défi. Dans l'état actuel des choses, les gouvernements de ces pays hésitent, en effet, à consacrer des moyens à des initiatives dont les résultats sont souvent peu tangibles dans l'immédiat.
- **Gestion de l'innovation.** Pour tirer le meilleur parti de la capacité d'innovation de ses institutions de recherche-développement, on doit mettre en place les moyens de transfert technologique qui permettront d'en commercialiser les résultats. Une fois sur le marché, chaque technologie passe par les étapes de l'acceptation et de l'adoption, de la diffusion à grande échelle et, finalement, du déclin au profit des nouvelles technologies qui viennent prendre la relève.
- **Enseignement et formation.** Pour les organismes de recherche, la gestion de l'innovation est souvent un domaine nouveau. Il est en effet particulièrement difficile pour eux, dont la principale préoccupation est la recherche, de transformer leurs idées en applications pratiques – autrement dit, d'être efficaces en matière de transfert de technologie. La gestion de l'innovation nécessite la mise en place d'équipes multidisciplinaires capables de surmonter les obstacles qui se dressent sur la voie de l'adoption des technologies. Et pour cela, l'enseignement, la formation et l'expérience pratique sont déterminants.
- **Facteur temps.** La diffusion de l'innovation fait intervenir des acteurs et des groupes sociaux très divers. Il faut beaucoup de temps pour voir les résultats concrets et ressentir les effets du processus que constitue l'innovation. Le facteur temps doit donc être pris en considération.

Quand l'innovation devient un jeu d'enfant

Une autre journée d'école vient de s'achever à Acornhoek, une communauté rurale de la partie orientale semi-aride de l'Afrique du Sud. Des enfants font tourner en criant de joie un manège peint de couleurs vives. Des femmes, transportant des seaux d'eau, se dirigent vers leur foyer. Des garçons poursuivent un ballon de football.



Cependant cette scène ne dévoile pas tout. À quarante mètres sous terre,

chaque tour effectué par le manège actionne une pompe. À raison de 16 tours par minute, ce système remplit d'eau, sans effort, une citerne de 2 500 litres, et subvient ainsi aux besoins de toute la communauté à laquelle il ne reste plus qu'à ouvrir un robinet.

Sur la citerne, au-dessus des enfants, quatre panneaux d'affichage. Ceux-ci montrent des messages portant sur l'éducation, la santé publique et la prévention contre le SIDA/VIH, ainsi que des publicités à teneur commerciale qui génèrent suffisamment de revenus pour financer l'entretien du système pendant dix ans.

L'idée de ce mécanisme est due à Ronnie Stuiver, un ingénieur spécialisé dans le forage. Il s'était en effet aperçu, alors qu'il parcourait le pays pour forer des puits, que des enfants s'attroüpaient autour de lui, fascinés, la plupart débordant d'une énergie qu'ils avaient peu d'occasions de libérer en s'amusant. Il conçut donc un manège relié à

une simple pompe. Cela fonctionnait très bien. Il fallut toutefois la vision audacieuse du publicitaire Trevor Field, qui découvrit la pompe lors d'un salon agricole en 1989, pour transformer cette ingénieuse invention en une solution innovante et durable à l'un des problèmes les plus urgents de la région.

Tournant

Avec deux collègues, M. Field négocia avec l'inventeur une licence d'exploitation du concept et créa la société *Roundabout Outdoor*. Ils perfectionnèrent le dispositif, qu'ils firent breveter sous le nom de *PlayPump™*. Les activités de l'entreprise restèrent tout d'abord modestes pendant quelques années. Puis, en 1999, le président Nelson Mandela inaugura une école équipée d'un système *PlayPump* et décida de faire un tour de manège. Séduits par les photos de presse, les donateurs et les investisseurs se mirent à affluer. Une collaboration s'établit entre l'organisme à but non lucratif *PlayPumps International*, les grandes entreprises et les bailleurs de fonds gouvernementaux. L'année suivante, *Roundabout Outdoor* remporta le concours du Marché du développement de la Banque mondiale, ce qui lui apporta une plus grande visibilité ainsi que de nouveaux fonds.

Aujourd'hui, quelque 700 systèmes *PlayPump™* sont installés dans des communautés défavorisées d'Afrique du Sud, du Mozambique et du Swaziland, où ils transforment la vie de plus d'un million de personnes.

Prenez, par exemple, le village de Boikarabelo, que nous décrit la journaliste Kristina Gubic. À deux heures de route

- **Masse critique.** Il est essentiel d'atteindre une masse critique en matière de recherche stratégique et de développement socioéconomique. Il faut favoriser le développement des aptitudes voulues pour reconnaître et exploiter les inventions et découvertes susceptibles de procurer des avantages sociaux et économiques et pour établir des capacités de recherche afin de favoriser la production de technologies nouvelles ou améliorées.
- **Durabilité.** Dans un monde où les ressources sont de plus en plus rares et précieuses, la question de la durabilité revêt une importance particulière. La prise en compte des besoins de l'industrie et des communautés dans le développement technologique doit donc se faire dans une perspective durable.
- **Autorité.** Comme chacun sait, la rencontre des ambitions d'un chercheur créatif, des exigences du marché et des impératifs liés à la disponibilité des ressources n'est pas toujours harmonieuse. Il est donc important

que la création de nouvelles technologies soit soumise à une autorité capable de gérer les conflits et de veiller à ce que le progrès reste la préoccupation centrale.

- **Mesurer les résultats.** Comment savoir si la recherche-développement a une incidence sur le monde d'aujourd'hui? Il importe d'en mesurer les résultats, afin de vérifier que nous ne nous écartons pas des objectifs et que les ressources utilisées le sont d'une manière responsable.

Nous devons faire en sorte que l'innovation soit encouragée à tous les niveaux de l'économie tout en veillant à ce que ses effets sur la société restent bénéfiques. L'une des manières d'y parvenir est d'ouvrir la porte à ceux qui, par le passé, n'ont pas eu la possibilité de participer à cette économie d'une manière significative. Tout un défi en perspective!

Photo: Fimmel Smith



Les garçons de Boikarabelo se lavent dans l'eau qu'ils ont pompée en jouant. Un accès à de l'eau propre signifie une meilleure hygiène, un meilleur assainissement, et par conséquent le recul des maladies.

Avec l'autorisation de PlayPumps International



Une heure de jeux produit jusqu'à 1400 litres d'eau. Les panneaux d'affichage portent des messages de santé publique et génèrent des revenus publicitaires qui permettent de financer l'entretien de la pompe.

de Johannesburg, 700 personnes vivant dans des cabanes en tôle ondulée. Auparavant, les habitants devaient escalader des rochers et traverser une prairie pour se rendre à la limite d'une ferme afin de recueillir l'eau d'une source souterraine. Le simple fait d'aller chercher le minimum d'eau nécessaire à la cuisine et au linge était épuisant. Aujourd'hui, chaque famille a son potager et du linge sèche un peu partout. L'école construit des serres afin de subvenir elle-même aux repas au lieu de dépendre de dons sporadiques. Le chou, les épinards et les haricots permettent de compléter le régime alimentaire à base de maïs, améliorant ainsi sensiblement la nutrition des enfants.

Les conséquences économiques et sociales sont également visibles dans d'autres domaines. Une eau propre permet de prévenir les maladies qui empêchaient autre-

fois les enfants d'aller à l'école, et les parents de travailler. N'ayant plus à porter de l'eau quotidiennement, les filles peuvent consacrer du temps à leur éducation; quant aux aînées de Boikarabelo, elles ont créé un petit commerce artisanal. De l'autre côté de la rue, un résident s'est mis à élever des poulets qu'il vend au supermarché local. "Depuis que j'ai la possibilité de leur donner de l'eau fraîche et de nettoyer leurs cages, ils sont en bonne santé, ce qui me permet d'en obtenir un bon prix" explique-t-il.

Le projet continue à prendre de l'ampleur. *PlayPumps International* s'est fixé pour objectif de toucher 10 millions de personnes dans toute l'Afrique sub-saharienne et ce, dans les trois années à venir (pour plus de renseignements, voir: www.playpumps.org).

PORTTRAITS DU PCT

Plus de 1,2 million de demandes internationales de brevet ont été déposées depuis l'entrée en vigueur, en 1978, du Traité de coopération en matière de brevets (PCT). Dans le cadre de sa série sur les personnes derrière ces brevets, le Magazine de l'OMPI a tiré de la base de données du PCT trois inventions qui, bien qu'ayant toutes des applications médicales, n'en sont pas moins très différentes.

Prix Nobel pour le silence des gènes

Photo: Robert Caflin/Copyright University of Massachusetts Medical School



Selon un membre du comité Nobel, la découverte de Craig Mello (à gauche) et d'Andrew Fire a été "comme d'ouvrir les volets le matin".

Le 2 octobre 2006 à 4 h 40 du matin, dans l'État du Massachusetts, Craig Mello était sur le point de

se recoucher après avoir vérifié le taux de sucre dans le sang de sa fille diabétique, lorsque le téléphone sonna. Au même moment, en Californie, Andrew Fire était réveillé par un coup de fil qu'il prit pour un mauvais numéro. Ces appels – de Suède – informaient les deux scientifiques qu'on venait de leur décerner conjointement le prix Nobel 2006 de médecine.

En 1998, les docteurs Craig Mello et Andrew Fire ont découvert un mécanisme fondamental dans le contrôle des flux d'informations génétiques dans les cellules vivantes, résolvant ainsi une énigme qui avait échappé pendant des années aux scientifiques de différentes disciplines. Ils ont trouvé un moyen de faire taire – ou de bloquer – des gènes spécifiques en mettant hors d'état de fonctionner leurs molécules d'ARN "messager". L'ARN (acide ribonucléique) présente des similitudes avec l'ADN, mais il est plus actif et effectue la plupart des

tâches complexes de la cellule, comme de donner l'ordre à un gène de produire une protéine par exemple. C'est en fabriquant des protéines qu'un gène individuel s'exprime. En réduisant cette expression au silence, il devient possible d'identifier la fonction d'un gène spécifique.

Au cours des quelques années qui se sont écoulées après la publication de leur découverte, l'interférence ARN est devenue un outil de recherche essentiel présentant de multiples applications. Dans l'entrevue qu'il a accordée à *Nobelprize.org*, le docteur Fire a mentionné une étude néerlandaise, "dans laquelle l'interférence ARN a été utilisée pour caractériser un type de tumeur donné. Quand ils ont compris, ils se sont dit: 'On pourrait traiter ça avec de l'aspirine!'" Les spécialistes de la recherche biomédicale utilisent également l'interférence ARN pour essayer de bloquer les gènes induisant des maladies, l'objectif étant de développer une nouvelle classe de produits pharmaceutiques capables de traiter des maladies allant du diabète et de la grippe au SIDA et au cancer.

Andrew Fire, qui travaillait à l'époque pour l'Institut Carnegie de Washington, et Craig Mello, qui était à la faculté de médecine de l'Université du Massachusetts, ont mené leur expérience

révolutionnaire à l'aide d'un petit ver, le *C. elegans*. Ils ont découvert qu'ils pouvaient bloquer l'expression d'un gène spécifique en injectant à des vers un ARN double brin. Un ami et collègue d'Andrew Fire, le généticien David Schwartz, se souvient des heures de labeur peu glorieuses passées sur ce projet de recherche: "Je travaillais jusque tard dans la nuit et Andy était penché sur son microscope, dans le bureau adjacent, à nourrir ses vers. Il devait pousser la nourriture vers eux à l'aide d'une brosse minuscule".

Les deux scientifiques insistent sur le fait qu'ils n'ont fait que fournir l'une des pièces d'un jeu de construction auquel de nombreux chercheurs ont contribué un peu partout dans le monde. Comme l'a déclaré Andrew Fire aux journalistes, "la science est un travail de groupe".

Andrew Fire, Craig Mello et leurs collègues chercheurs ont déposé en 1998 et en 2000 des demandes de brevet selon le PCT intitulées "Inhibition génétique par de l'ARN double brin" et "Gènes de voies d'interférence d'ARN en tant qu'outils d'interférence génétique ciblée".

Pour plus de renseignements, voir:
<http://nobelprize.org/>.

Quand un magicien du métal rencontre un sorcier de l'ingénierie

Créer une aiguille hypodermique si fine qu'elle rendrait les injections indolores. Tel était le défi proposé par Terumo Corporation, un fabricant de matériel médical basé à Tokyo. L'objectif était de soulager les enfants diabétiques du désagrément quotidien induit par les injections d'insuline. Ce défi a été relevé grâce à la collaboration de Tetsuya Oyauchi, ingénieur chez Terumo et titulaire de toute une série de brevets pour des

seringues médicales, et de Masayuki Okano, directeur d'une petite usine de laminage, âgé de 73 ans.

Le procédé habituel de fabrication d'aiguilles consiste à percer un petit cylindre de métal. Cependant, plus ce cylindre est fin, plus l'opération devient difficile à exécuter. C'est pourquoi toutes les grandes entreprises spécialisées dans le travail du métal qualifiaient d'irréaliste la

demande de Terumo Corporation, l'aiguille que voulait cette dernière étant encore plus fine que tout ce qui s'était fait jusqu'alors. Terumo s'adressa alors à M. Okano dont le savoir-faire lui avait valu, selon Web Japan, une réputation de magicien du métal.

Avec l'autorisation de Terumo Corporation



"Vous ne sentirez rien."

"Je m'étais dit que si personne d'autre n'y parvenait, je le ferais," déclare M. Okano. Il décida d'essayer une approche différente. Bravant les experts qui lui prédisaient l'échec, il prit une feuille extrêmement mince d'acier inoxydable qu'il roula en un minuscule cylindre conique, puis souda bord à bord.

Affiné et amélioré grâce à l'expertise en ingénierie médicale de Tetsuya Oyauchi, le résultat a conduit à une demande de brevet selon PCT de Terumo pour une "aiguille d'injection et instrument d'introduction de liquide", publiée en

2004. Le produit obtenu, la seringue *Nanopass 33*, a été mis sur le marché en juillet 2005. Aux dires de Terumo, la pointe, dont le diamètre mesure à peine 0,20 mm – l'épaisseur de deux cheveux – est plus fine de 20% que celle d'une aiguille conventionnelle et réduit la sensation ressentie à l'équivalent de celle que produit une piqûre de moustique.

L'aiguille *Nanopass 33* a remporté, et cela haut la main, le Grand prix 2005 de l'organisation japonaise pour la promotion des dessins et modèles industriels (Japan Industrial Design Promotion Organization). "C'est agréable de créer quelque chose qui n'existe nulle part ailleurs" a commenté M. Okano.

Pour plus de renseignements, voir:

web-japan.org/trends/science/sci051220.html

Pilules à base de poison

Prenez un peu de venin de *Tropidechis carinatus*; mélangez-le avec des neurones de scientifiques de l'Université nationale de Singapour (NUS); faites passer le tout par un bureau de transfert de technologies bien rôdé et saupoudrez généreusement d'esprit d'entreprise. Résultat? *Pro-Therapeutics*, une "jeune pousse" (start-up) créée à Singapour pour développer de nouveaux médicaments à base de peptides issus de toxines animales.

Parmi les produits en cours de réalisation, un peptide analgésique dérivé du venin de cobra royal, dont les propriétés antidouleur sont, dit-on, plusieurs milliers de fois plus puissantes que celles de la morphine, un peptide anticoagulant issu du venin de *Tropidechis carinatus* australien, qui empêche la formation de caillots sanguins, et un peptide antiangiogénique qui freine la prolifération des cellules des vaisseaux sanguins, destiné au traitement du cancer et des maladies de l'œil.

Le professeur R. Manjunatha Kini, chimiste des protéines au département des sciences biologiques de l'Université nationale de Singapour, est le responsable scientifique de la société, dont il est également cofondateur. Conscient de l'importance de la propriété intellectuelle, il a déposé sept demandes de brevet selon le PCT au cours des huit dernières années.

La fascination du professeur Kini pour les serpents vénéreux remonte à son enfance en Inde et a inspiré le travail de toute une vie. Il a en effet, consacré plus de 27 ans à l'étude de venins provenant des reptiles les plus dangereux de la planète, cherchant ainsi de nouveaux moyens pour lutter contre les maux qui affligent l'homme. "Le venin des serpents représente un cocktail unique de protéines et de peptides actifs d'un point de vue pharmacologique explique-t-il. Certaines de ces toxines nous aident à déchiffrer les mécanismes moléculaires de processus physiologiques normaux. Certaines peuvent aussi nous aider à développer

des agents thérapeutiques destinés au traitement ou à la prévention de maladies humaines".

Toutefois, la nature de ces protéines est telle que leur utilisation s'est limitée jusqu'à présent aux traitements délivrés par injection. L'équipe de *Pro-Therapeutics* cherche actuellement à les reconfigurer, à l'aide de techniques brevetées par l'université qu'elle utilise sous licence, afin de produire de petits peptides susceptibles d'être administrés sous forme de pilules. Le jour où elle y parviendra, elle ouvrira la voie à un marché estimé en 2003 à 9 milliards de dollars É.-U. et dont la croissance se poursuit.

Pour plus de renseignements, voir:

www.protherapeutics.com

Avec l'autorisation de Peter Mitschin, Venom Supplies Pty Ltd



Un peptide extrait du venin de cobra royal pourrait permettre de produire un analgésique bien plus puissant que la morphine.

COEXISTENCE DES MARQUES

On dit que deux marques analogues ou identiques coexistent lorsqu'elles sont utilisées par deux entreprises distinctes pour commercialiser des produits ou des services qui ne sont pas nécessairement en conflit. Cette situation n'est pas rare. Les marques sont souvent utilisées par de petites entreprises dont les activités se limitent à un territoire peu étendu ou qui n'ont qu'une clientèle régionale. Presque toutes les villes de France desservies par le chemin de fer ont, par exemple, leur *Buffet de la gare*. De nombreuses marques sont constituées par des patronymes, généralement celui du fondateur de l'entreprise concernée. S'il s'agit d'un nom courant, on peut facilement le voir utilisé en tant que marque par plusieurs entreprises ayant des activités semblables. Ce genre de situation ne conduit pas obligatoirement devant les tribunaux, dans la mesure où les marques en question continuent à remplir leur fonction essentielle, soit de distinguer de ceux de la concurrence les produits ou les services pour lesquels sont utilisées.

Les choses se gâtent lorsque cette fonction distinctive cesse de s'accomplir parce que les activités à l'égard desquelles des marques identiques sont utilisées commencent à se chevaucher. La situation de coexistence pacifique qui existait jusqu'alors se trouve soudain changée en conflit. C'est particulièrement contrariant lorsque les deux entreprises sont de bonne foi, c'est-à-dire lorsqu'elles ont fait un usage effectif et sérieux de leurs marques et ne se trouvent en opposition qu'en raison de leur expansion. C'est pourquoi certaines entreprises, sachant qu'elles utilisent des marques analogues ou identiques, décident de conclure un accord dit de coexistence, afin d'éviter que l'exploitation de ces marques ne conduise à un empiètement fâcheux, voire constitutif de contrefaçon. Le présent article présente des situations dans lesquelles la question de la coexistence peut se poser, ainsi que quelques aspects à prendre en compte dans l'élaboration d'un accord de coexistence.

Soulignons tout de suite qu'il vaut mieux prévenir que guérir – notamment d'un point de vue pécuniaire. L'une des précautions les plus élémentaires à prendre, avant de déposer une demande d'enregistrement de marque, est de faire effectuer une recherche aussi approfondie que possible par un professionnel expérimenté dans ce domaine. A priori, une telle recherche réduit le risque de se retrouver à jour face à face avec une marque analogue sur le marché, mais ne constitue pas pour autant

une garantie absolue. Si elle n'était pas suffisamment étendue ou si elle a négligé une classe de produits ou de services qui s'avère finalement pertinente, une marque identique ou semblable au point de créer un risque de confusion peut très bien faire son apparition ultérieurement. Qui plus est, une telle recherche peut ne pas déceler certaines marques *non enregistrées*, notamment des marques notoires qui, dans de nombreux pays, sont protégées même sans être enregistrées.

Il arrive souvent que deux entreprises utilisent la même marque, pour des produits identiques ou similaires, dans des pays complètement différents. Elles peuvent l'ignorer de toute bonne foi pendant des années, jusqu'à ce que l'une d'elles se développe sur le territoire de l'autre et commence à y exploiter sa marque ou décide de demander l'enregistrement de cette marque dans un pays où l'autre entreprise est présente.¹ Que se passe-t-il alors? L'office des marques peut refuser la demande d'enregistrement au motif qu'elle est en conflit avec les droits antérieurs acquis par l'autre entreprise. Cette dernière peut aussi faire opposition à la demande d'enregistrement ou demander l'invalidation de la marque, si celle-ci a été enregistrée.

Certains pays de common law reconnaissent ce qu'ils appellent l'"usage simultané honnête". Il s'agit d'une notion qui prend en compte la nature et la durée de l'usage, son importance géographique et la bonne foi avec laquelle la marque en cause a été adoptée, puis exploitée. L'usage simultané pendant une période prolongée (au moins cinq ans) peut constituer, en cas d'opposition, un argument favorable à la conclusion d'un accord de coexistence. De nombreux autres éléments interviennent toutefois dans l'évaluation de l'usage simultané honnête, et notamment celui de l'existence d'un risque de confusion. Les situations dans lesquelles deux entreprises obtiennent l'enregistrement d'une même marque pour des territoires différents semblent donc constituer l'exception plutôt que la règle.

"Come Together..."

Dans un accord de coexistence de marques, les parties se reconnaissent mutuellement des droits et fixent les conditions de la coexistence de leurs marques sur le marché. Elles peuvent ainsi définir le territoire ou délimiter les catégories de produits ou de services pour lesquels chacune pourra faire usage de sa marque.

1. En ce qui concerne l'utilisation des marques sur l'Internet et la question de l'incidence commerciale d'une telle utilisation dans un pays donné, voir la Recommandation commune concernant la protection des marques, et autres droits de propriété industrielle relatifs à des signes, sur l'Internet, publication OMPI n° 845.

Lorsque deux entreprises décident qu'il est dans leur intérêt de conclure un accord de coexistence, elles doivent avant tout fixer les limites de leurs secteurs d'activités respectifs et s'engager à les respecter. La véritable difficulté intervient toutefois lorsqu'elles tentent de définir le contour de leur développement futur. Où se voient-elles, l'une et l'autre, dans 10 ou 20 ans? Risquent-elles, en se développant, d'empiéter sur le territoire l'une de l'autre?

Le litige qui a opposé Apple Corps, le label musical fondé par les Beatles, et Apple Computer² illustre bien le problème (voir Magazine de l'OMPI 3/2006, p. 23). Les deux entreprises avaient conclu en 1991 un accord de coexistence en vertu duquel Apple Computer avait le droit exclusif d'utiliser ses marques Apple "sur des produits électroniques, des logiciels d'ordinateur, des services de traitement des données et de transmission de données ou sur des produits ou services en rapport avec lesdits produits et services", tandis qu'Apple Corps se voyait reconnaître le droit exclusif d'utiliser ses marques Apple "sur ou en rapport avec toute œuvre de création actuelle ou future ayant pour principal contenu de la musique ou des prestations musicales, quel que soit le moyen, tangible ou intangible, utilisé pour enregistrer ou communiquer ces œuvres". Bien qu'ayant des marques similaires au point de prêter à confusion, elles avaient par conséquent défini un champ d'activités dans lequel elles étaient distinctes et sur lequel elles avaient fondé un accord de coexistence permettant à chacune de poursuivre ses activités et d'étendre sa réputation sans porter atteinte aux droits de l'autre.

Aucune des deux entreprises n'avait toutefois prévu que le développement de la technologie numérique dans le domaine musical allait considérablement rapprocher leurs champs d'activités. Quand Apple Computers lança son *iPod* ainsi que le logiciel et le service de musique en ligne *iTunes*, Apple Corps poursuivit, affirmant qu'Apple Computers avait empiété sur le domaine qui lui était exclusivement réservé, et donc violé l'accord de coexistence. Le tribunal, ayant examiné l'affaire du point de vue du consommateur, devait statuer qu'il n'y avait pas eu violation de l'accord, le logo d'Apple Computers ayant été utilisé en rapport avec le logiciel, et non avec la musique fournie par le service, de sorte qu'en téléchargeant de la musique au moyen du logiciel *iTunes*, le consommateur ne risquait pas de croire qu'il avait affaire à Apple Corps.

On voit donc qu'un accord de coexistence ne suffit pas toujours à éviter les frais de procédure. C'est pourquoi il est recommandé d'y insérer, comme d'ailleurs dans tout contrat, une clause compromissoire pour régler les éventuels litiges entre les parties. Le Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI propose des exemples de clauses utiles à cet égard.³

Intérêt public et législation antitrust

L'un des aspects importants à prendre en compte avant de négocier un accord de coexistence de marques est celui de l'intérêt public. Il existe en effet des situations dans lesquelles un tribunal peut invalider un tel accord s'il le juge contraire à cet intérêt. Ce serait le cas, par exemple si, dans le domaine de la santé, deux produits médicaux portaient la même marque alors qu'ils sont différents, et ce, même s'ils sont commercialisés sur des marchés distincts.

Il importe également de s'informer sur les dispositions de la législation sur la concurrence ou antitrust, car les tribunaux peuvent estimer que l'utilisation sur le marché de deux marques similaires pour des produits de même nature constitue une pratique anticoncurrentielle.

Le choix d'une marque doit se faire avec prudence et prévoyance, au terme d'une recherche aussi complète que possible effectuée, de préférence, avec l'aide d'un spécialiste. Si, malgré toutes ces précautions, un conflit avec une autre marque identique ou similaire survient ultérieurement, la conclusion d'un accord de coexistence doit être envisagée, car elle constitue une solution plus économique que la confrontation juridique. Cela ne signifie pas, cependant, qu'il vaille toujours mieux capituler dans une telle situation. Le recours aux tribunaux est parfois la seule manière valable de procéder. Ce sont donc les titulaires des marques concernées qui doivent décider, dans chaque cas, quelle est la réponse la plus appropriée.

2. Voir Haute Cour d'Angleterre et du pays de Galles, *Apple Corps Limited c. Apple Computer, Inc.*, décision du 8 mai 2006, [2006] EWHC 996 (Ch). Le texte de la décision peut être consulté à l'adresse www.hmcourts-service.gov.uk/judgmentsfiles/j4226/apple_v_apple_hc03c02428_0506.htm.
3. Voir www.wipo.int/amc/fr/mediation/contract-clauses/index.html

CYBERSQUATTEUR OU INNOCENT ADMIRATEUR?

L'affaire du nom de domaine Wayne Rooney

Photo: Wikipedia



Le footballeur Wayne Rooney

Le Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI a traité, en sept ans à peine d'existence, 25 000 litiges relatifs à

des noms de domaine, mais le phénomène du "cybersquattage" ne semble pas vouloir ralentir pour autant. Le Magazine de l'OMPI se penche ici sur la décision rendue en octobre 2006 dans une affaire de ce type, suite à une plainte du footballeur anglais Wayne Rooney.¹

Les joueurs

Le défendeur, un acteur de télévision gallois qui se présente comme un enthousiaste du club de football Everton, avait enregistré, en avril 2002, les noms de domaine *wayne-rooney.com* et *waynerooney.co.uk*. À l'époque, Wayne Rooney n'était qu'un jeune joueur de 16 ans, prometteur mais peu connu. Six mois plus tard, il marquait un but spectaculaire contre Arsenal et devenait le plus jeune buteur de l'histoire du Championnat d'Angleterre de football.

La plainte a été déposée, en vertu des Principes directeurs régissant le règlement uniforme des litiges relatifs aux noms de domaine (UDRP), par Wayne Rooney et son agence, titulaires de la marque Wayne Rooney publiée en août 2004. Le nom de domaine en litige donnait accès à un répertoire géré par un fournisseur de services Internet, lequel, selon les plaignants, versait probablement une rémunération au défendeur.

La défense

Le défendeur rejeta ces allégations. Il fit valoir que son nom de domaine était antérieur à la marque de Rooney et qu'il n'était pas possible, Rooney n'étant connu, à l'époque, que d'une manière locale, de prétendre que des droits non enregistrés existaient en 2002. Il affirma avoir enregistré le nom de domaine de bonne foi, après avoir vu jouer Rooney, dans l'intention de l'utiliser pour un site d'admirateurs non commercial. Il expliqua aussi qu'il n'avait pas pu donner suite à son projet par manque de connaissances techniques et parce que sa carrière d'acteur ne lui en laissait pas le temps, et qu'il s'en était finalement désintéressé en août 2004, lorsque Rooney avait "trahi" Everton pour aller jouer dans les rangs du Manchester United. Il affirma enfin qu'il ignorait que le nom de domaine donnait accès à un répertoire d'entreprises et qu'il avait demandé la désactivation du lien dès réception de la plainte.

L'arbitre

L'OMPI a demandé à M. Tony Willoughby, un juriste pratiquant à Londres, de statuer sur l'affaire.

Comment la commission a-t-elle procédé? Tout d'abord, sur l'argument selon lequel le nom de domaine était antérieur à la marque enregistrée de Rooney, elle a consulté la synthèse des avis des commissions administratives de l'OMPI sur certaines questions relatives aux principes UDRP,² dans laquelle il est précisé que le fait qu'un nom de domaine ait été enregistré antérieurement à l'acquisition de droits de marque par le requérant n'exclut pas l'atteinte à ces derniers.

Rooney avait-il acquis, en avril 2002, une réputation ou une notoriété suffisante pour pouvoir revendiquer des droits sur son nom à titre de marque non enregistrée? La commission a conclu par l'affirmative, observant que même s'il n'avait pas encore atteint une notoriété nationale, Rooney était déjà très connu dans la région de Liverpool, où il faisait régulièrement l'objet, par exemple dans le journal *Liverpool Echo*, de titres tels que "Pas de repos pour Rooney, l'as des Blues".

Le défendeur avait-il réservé le nom de domaine de mauvaise foi et à des fins lucratives? La commission a jugé "difficiles à avaler" les explications du défendeur quant aux "droits légitimes" que lui aurait conféré sur le nom de domaine sa qualité de fervent admirateur. Voilà en effet, a observé la commission, une personne qui, sans rien connaître à la conception de sites Web, éprouve tout à coup le pressant besoin d'enregistrer deux noms de domaine afin de créer un site d'admirateurs pour un joueur de football pas très connu âgé de 16 ans, mais qui finalement ne donne aucune suite à l'affaire. La commission a consulté deux sites d'admirateurs cités par le défendeur à titre d'exemples de ce qu'il envisageait de faire avec son domaine Rooney. Il s'est avéré que ces sites étaient tous deux à vocation commerciale.

La commission a conclu que le défendeur avait enregistré les noms de domaine dans le but de réaliser un profit, parce qu'il présentait que Wayne Rooney allait devenir célèbre. Cet acte constituait une pratique déloyale, même si le défendeur n'était jamais allé jusqu'à exploiter le nom de domaine. La commission a donc ordonné que le nom de domaine soit transféré à Wayne Rooney et à son agence.

1. www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2006/d2006-0916.doc

2. www.wipo.int/amc/en/domains/search/overview/index.html

COURS DE DROIT D'AUTEUR POUR ADOS

Comment vous y prendriez-vous pour faire comprendre le droit d'auteur à toute une classe d'adolescents? Si vous leur faites un cours magistral sur les aspects juridiques de la chose, vous risquez fort d'en voir bailler quelques-uns. Si vous leur montrez, graphique en main, ce que coûte le téléchargement libre à l'industrie du disque, ce sont plutôt des ricanelements que vous déclencherez. Et si vous leur prêchez les vertus de l'éthique, ils vous diront probablement que vous n'avez rien compris à la "génération du partage".

C'est pour savoir comment retenir l'attention de ce difficile auditoire qu'un groupe d'étudiants en maîtrise en droit de la propriété intellectuelle est retourné à l'école secondaire, dans le cadre d'un projet parrainé par le groupe de communications espagnol PRISA et l'Université Carlos III de Madrid. Deux de ces étudiants, Raquel Pérez Alberdi d'Espagne et María Valeria Rapetti Tizze d'Uruguay, ont fait part de leurs observations au Magazine de l'OMPI.

"Selon les chiffres publiés en 2005 dans l'annuaire des statistiques culturelles, 99% des jeunes de 15 à 19 ans écoutent de la musique en Espagne" explique Mlle Rapetti. L'étude a révélé que la copie illicite était une pratique très répandue chez les adolescents, et qu'elle s'accompagnait en outre d'un grand nombre d'idées fausses sur le droit d'auteur. "Il semble donc évident, ont conclu les étudiants, qu'il est essentiel, si l'on veut réduire les actes de piratage, d'éduquer ce groupe d'âge en ce qui concerne les enjeux juridiques, éthiques et économiques qui sous-tendent le droit d'auteur".

Humaniser le droit d'auteur

Ils ont donc commencé par se pencher sur les questions qui leur semblaient les plus déterminantes: pourquoi tant de jeunes estiment-ils que la musique ou les images en format numérique doivent être gratuites, alors qu'ils trouvent normal de payer pour les acquérir sur un support matériel? D'où vient l'antipathie que manifestent fréquemment les jeunes consommateurs espagnols à l'égard des sociétés de gestion collective? Pourquoi ont-ils l'impression que les droits de propriété intellectuelle qui protègent la musique ne sont là que pour favoriser l'industrie du disque?

Leurs recherches leur ont appris que c'était en grande partie le caractère impersonnel de l'acte de piratage qui le rendait socialement acceptable aux yeux des jeunes. Ces derniers n'avaient en effet pas vraiment l'impression qu'en téléchargeant ou en copiant illégalement de la musique, ils portaient un quelconque préjudice au créateur ou aux travailleurs de l'industrie qui l'avaient produite.

Le groupe d'étudiants a conclu que pour éduquer les jeunes consommateurs en matière de propriété intellectuelle, il faut leur faire comprendre que le droit d'auteur est le moyen de subsistance d'un grand nombre de personnes. Cela suppose notamment de leur expliquer qu'à côté des maisons de production "nantes" et des vedettes de la chanson multimillionnaires dont on parle tant, il existe une multitude d'artistes et de musiciens ordinaires qui ont besoin de la rémunération résultant du droit d'auteur au même titre que n'importe quel autre travailleur qui, pour vivre, a besoin d'être payé pour son travail. Ils doivent être sensibilisés au fait que les industries fondées sur le droit



Sujet de débat en classe: pourquoi le piratage est-il si facilement accepté par les jeunes?

d'auteur font travailler une foule de gens dans les magasins de disques, les boîtes de nuit, les entreprises qui fabriquent des disques compacts, et ainsi de suite. Des gens, autrement dit, comme peut en connaître n'importe quel adolescent normal.

Mlles Pérez et Rapetti nous ont expliqué qu'elles se sont rendues dans des écoles pour mesurer l'efficacité de plusieurs plans de cours élaborés par leur équipe. Elles présentaient notamment aux élèves l'enregistrement vidéo de la visite rendue à une propriétaire de bar par un représentant d'une société de gestion collective espagnole. L'indignation manifestée par cette personne à l'idée de devoir payer des redevances sur la musique diffusée dans son bar a vivement intéressé les jeunes et donné lieu à des débats animés qui les ont conduits à mieux comprendre le rôle des sociétés de gestion collective.

Les étudiants en maîtrise se sont fondés sur cette expérience pour élaborer, au cours des mois suivants, un manuel très détaillé destiné à l'enseignement du droit d'auteur au secondaire. Ils espèrent réussir ainsi à mieux faire comprendre à ces fervents consommateurs de musique à quel point le droit d'auteur contribue à la création.

L'ACTUALITÉ EN BREF

Un rapport de l'OMPI met en évidence une internationalisation de l'activité dans le domaine des brevets

Un rapport publié le 16 octobre 2006 par l'OMPI montre que les entreprises utilisent de plus en plus le système de la propriété intellectuelle pour protéger leurs investissements sur les nouveaux marchés. Les statistiques sur lesquelles se fonde ce tableau d'ensemble de l'activité mondiale en matière de brevets couvrent une période se terminant à la fin de 2004.

Le nombre de demandes de brevet déposées dans le monde a presque doublé entre 1985 et 2004, avec un taux de progression annuel moyen de 4,75% depuis 1995. Ce chiffre cadre avec le taux de croissance annuel moyen du produit intérieur brut (PIB) mondial, qui était d'environ 5,6%.

Cinq offices des brevets (États Unis d'Amérique, Japon, Office européen des brevets, République de Corée et Chine) concentrent à eux seuls 75%

des demandes déposées et 74% des brevets délivrés dans le monde.

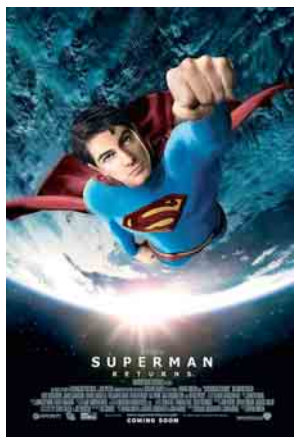
Le rapport constate que le nombre des dépôts de demandes de brevet en Asie du Nord Est a explosé ces 20 dernières années, du fait de l'accession de pays tels que la Chine et de la République de Corée au rang de grandes économies industrielles. Les dépôts effectués par des résidents chinois ont plus que quintuplé et ceux des résidents de la République de Corée ont triplé entre 1995 et 2004. Le Brésil, l'Inde et le Mexique ont également connu une augmentation importante du nombre des dépôts de demandes de brevet au cours de cette période.

Le rapport souligne le succès du Traité de coopération en matière de brevets (PCT) auprès des entreprises recherchant une large protection par brevet. Le nombre de demandes internationales selon le PCT a pro-

gressé à un taux annuel moyen de 16,8% entre 1990 et 2005 et a dépassé 134 000 en 2005. La voie du PCT est actuellement suivie pour 47% des dépôts de demandes internationales de brevet.

Le rapport dresse, dans une présentation commode, un tableau complet de la répartition de l'activité mondiale en matière de brevets et donne des renseignements détaillés sur certaines tendances importantes du système des brevets. Actuellement disponible en anglais sur le site de l'OMPI, à l'adresse www.wipo.int/ipstats/en/statistics/patents/patent_report_2006.html, ce rapport sera aussi offert sous forme imprimée à la fin de l'année.

Superman contre les pirates du DVD



Opération coup de poing. Pour ramener les consommateurs dans le droit chemin, Warner Brothers sort le DVD du dernier épisode de Superman à l'avance et à prix choc.

Afin de battre les pirates chinois du DVD à leur propre jeu, le studio Warner Brothers a lancé le DVD de son grand succès *Superman Returns* deux mois plus tôt en Chine que dans le reste du monde – et à peine trois mois après la sortie du film sur grand écran dans ce pays. Les fabricants de DVD pirates s'attendaient, en effet, à une demande énorme, le film ayant raflé pour 31,7 millions de yuans (plus de 4 millions de dollars É.-U.) de recettes au cours de sa première semaine dans les salles chinoises.

Estimant que les consommateurs achètent des DVD pirates parce qu'ils coûtent moins cher et sont disponibles avant le produit officiel, Warner a décidé de sortir très vite son *Superman Returns* et, en plus, de le vendre à un prix se situant dans la même fourchette que celui des contrefaçons, soit 14 yuans (1,77 dollars É.-U.). De quoi tenter les consommateurs de choisir la voie de la légalité.

La distribution du film a fait, elle aussi, l'objet d'un effort particulier, puisqu'au lieu d'être vendu uniquement dans les grands magasins, le DVD s'est retrouvé sur les étagères d'un gigantesque réseau de plus de 8 000 points de vente. Comme l'a expliqué Mark Horak, vice-président exécutif et directeur général de la société Warner Home Video, à l'agence de presse Reuter: "Imaginez une ville dans laquelle vous rencontrez, tous les 100 mètres environ, une petite boutique qui vend des produits piratés. Lorsque nous avons mis en place la campagne de distribution de *Superman Returns*, nous avons voulu convertir en revendeurs autorisés tous les commerces qui, auparavant, ne vendaient que des produits illicites".

Engagée par CAV Warner Home Entertainment, une coentreprise des sociétés Warner Home Video et China Audio Video, cette initiative a été soutenue par le gouvernement chinois dans le cadre de la campagne "100 jours de lutte contre le piratage", qui s'est déroulée d'août à octobre dernier.

Maîtres en invention

L'Université de Glamorgan, située au Pays de Galles, au Royaume-Uni, proposera, à partir de l'année 2007, un programme de maîtrise visant à faire acquérir aux aspirants inventeurs les compétences et les connaissances dont ils ont besoin pour faire sortir du laboratoire et amener sur le marché les objets de propriété intellectuelle que représentent leurs idées.

La maîtrise en invention et innovation est conçue pour les diplômés en ingénierie, en sciences et en technologie qui ont une idée de produit ou de service susceptible, à leur avis, d'être commercialisée. Cet enseignement sera dispensé dans le cadre de la faculté des technologies avancées et rassemblera des matières relevant de diverses formations données à l'université, dont notamment le droit de la propriété intellectuelle, la planification d'entreprise et la commercialisation, la méthodologie de la recherche et la modélisation.



Cette formation est destinée à stimuler l'esprit d'entreprise chez les diplômés des disciplines scientifiques et techniques, explique le responsable du département, M. Giuliano Premier.

“De bonnes idées sont trop souvent oubliées sans faire de bruit parce que leurs inventeurs ont préféré rechercher ailleurs la sécurité – et notamment dans un emploi salarié, dit M. Giuliano Premier, responsable du département. Cette formation est particulière, en ce sens qu'elle permet aux étudiants d'acquérir une maîtrise en sciences tout en réalisant leur ambition de mettre au point un produit ou un service et d'en tester la viabilité commerciale.

Ils se trouveront dans un contexte

dans lequel ils auront à leur disposition des ressources physiques et intellectuelles auxquelles ils ne pourraient pas avoir accès à titre individuel”.

Les mérites de cette formation ont été vantés par un groupe d'experts comprenant notamment des inventeurs locaux et des représentants du Réseau des innovateurs du Pays de Galles. Elle est également appuyée par l'Agence pour le développement du Pays de Galles ainsi que d'autres organismes publics.

900 000 marques enregistrées en vertu du système de Madrid

Le nombre des marques enregistrées en vertu du système de Madrid, le service convivial et économique d'enregistrement international des marques administré par l'OMPI, a franchi le cap des 900 000 au mois d'octobre. Si le rythme de croissance actuel se maintient, l'enregistrement de la millionième marque est prévu pour 2009. La marque n° 900 000 – *Gryphon* – appartient à une société chinoise qui avait demandé la protection dans 10 pays pour les articles en verre et les objets en céramique. La Chine a adhéré au système de Madrid en 1989 et en est actuellement le huitième plus grand utilisateur.



Les 33 565 demandes d'enregistrement de marques internationales reçues par l'OMPI en 2005 provenaient, par ordre décroissant, d'Allemagne (17,3% du total), de France, des États-Unis d'Amérique, du Benelux, d'Italie, de Suisse et de la Communauté européenne. Le nombre des demandes d'enregistrement émanant de pays en développement a augmenté de 30,6% par rapport à 2004.

COURRIER DES LECTEURS

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

Universités et transfert de technologie

La commercialisation n'est peut-être pas la bonne réponse

Photo: Moi University Holdings Ltd.



Je voudrais exprimer mon désaccord avec le postulat sur lequel reposent vos récents articles sur l'utilisation de la propriété intellectuelle par les universités (*Transfert de technologie et développement; La P.I. dans les universités: une politique avant tout* – Magazine de l'OMPI 5/2006).

La question sur laquelle devrait être fondée la politique de propriété intellectuelle des universités publiques ne devrait pas être: "Que peut-on faire pour tirer le maximum du potentiel commercial de la propriété intellectuelle?", mais: "Que peut-on faire pour tirer le maximum du transfert des nouvelles idées?". La commercialisation de la propriété intellectuelle n'est en effet que l'une des façons – et souvent la moins bonne – de transférer les idées nouvelles. En mettant trop l'accent sur la commercialisation de la propriété intellectuelle, les universités finissent par surestimer cette dernière, ce qui conduit à des négociations interminables, menées par des juristes et autres intermédiaires qui contrarient,

plutôt que de la faciliter, la libre circulation d'idées nécessaire à l'épanouissement de la recherche et de l'innovation.

En dehors de la biotechnologie, les redevances des licences de propriété intellectuelle ne représentent qu'une part infime des revenus des universités. Et naturellement, ces redevances ne sont pas non plus "tout bénéfice" – avec leurs directeurs du développement, leurs juristes et leurs comptables, les services de valorisation des universités coûtent très cher. Il faut aussi tenir compte des coûts indirects liés au temps que passent les chercheurs à expliquer leurs recherches et leurs implications à des intermédiaires. Joshua B. Powers a rapporté dans *The Chronicle of Higher Education* (22 septembre 2006) que plus de la moitié des universités américaines perdent systématiquement de l'argent sur le transfert de technologie.

Comme l'a observé le conseiller de direction et de gestion australien John Howard, il est très rare que les rede-

vances de licences de propriété intellectuelle ou les revenus de l'essaimage rapportent plus aux chercheurs et aux organismes de recherche que la rémunération des travaux réalisés dans le cadre de contrats ou de missions de conseil.

J'estime, par conséquent, que les universités publiques devraient tout simplement faire don de la plupart de leurs droits de propriété intellectuelle – sauf dans le domaine de la biotechnologie – à titre de contribution au bien commun. Ce don pourrait être assorti, dans les formules de contrat de licence, d'une clause standard "en cas de fortune" prévoyant que si les droits en question rapportent, mettons, 50 millions de dollars sur 10 ans, les revenus devront être partagés selon la formule déterminée par un arbitre commercial nommé d'avance.

Gavin Moodie,
Principal policy advisor,
Griffith University, Australie.
www.griffith.edu.au/vq/staff/moodie

... mais le transfert de technologie ne sert pas seulement à générer des revenus

En tant que vice-président de l'AUTM (*Association of University Technology Managers*), je tiens à souligner que la génération de revenus ne constitue pas l'objectif premier des services de transfert de technologie de la plupart des universités. Ils en ont d'autres, comme l'explique très bien dans son article (*La P.I. dans les universités: une politique avant tout* – Magazine de l'OMPI 5/2006) le professeur Ogada: promouvoir la diffusion du savoir et garantir aux parties prenantes une répartition équitable des risques, des avantages et des moyens.

D'une manière générale, l'AUTM ne mesure pas les avantages découlant du transfert de technologie à l'aune des revenus générés. Elle se fonde plutôt sur la manière dont la répartition des revenus de licence profite à l'ensemble de l'université, sur les avantages que procurent les produits commercialisés à la communauté et sur les incidences positives que peuvent avoir les programmes d'innovation de l'université sur un secteur ou une technologie (entre autres mesures).

La formule consistant à “tout donner”, en revanche, avantage généralement les grandes entreprises, car elles ont la capacité d’améliorer les objets de propriété intellectuelle qu’elles ont reçus “gratuitement” et de les breveter plus rapidement que toute autre personne ou organisation. Pour les économies ou les technologies en développement, le “gratuit” peut finir par coûter cher. Il constitue potentiellement le meilleur moyen de faire bénéficier tout le monde, mais il vaut mieux définir la stratégie au cas par cas. En effet, les seuls à pouvoir bénéficier du système des licences libres sont souvent ceux qui disposent des ressources.

Les efforts de transfert de technologie des universités américaines et canadiennes ont donné accès, l’année dernière, à plus de 500 nouveaux produits. D’une manière plus intangible, les universités bénéficient du fait que leur relation avec les entreprises leur permet de voir dans quelle mesure la logique et les solutions de leurs chercheurs peuvent être appliquées à des problèmes commerciaux. Ironiquement, les universités bénéficient aussi du fait que leurs membres soient plus informés en matière de propriété intellectuelle, car vu l’importance croissante que prend cette dernière dans le monde actuel, les

entreprises s’attendent de plus en plus à ce que les universités rendent mieux compte de leur action.

En dernière analyse, les universités sont appelées de plus en plus à fournir à la communauté qu’elles desservent les preuves des avantages qu’elles apportent à l’économie du savoir. Les universités américaines et canadiennes ont, à l’heure actuelle, plus de 28 000 licences actives correspondant à des relations de centres de recherche-développement universitaires avec des organisations qui se sont engagées à exploiter une technologie pour le bien public. Un grand nombre d’entre elles sont également membres de PIPRA (Public Intellectual Property Resources for Agriculture), une initiative visant à rendre les technologies agricoles plus disponibles pour le développement et la distribution des cultures de subsistance à des fins humanitaires dans les pays en développement et des cultures spécialisées dans les pays développés.

*Dana Bostrom,
Associate Director, Industry Alliances Office,
University of California, Berkeley*

Premiers pas

J’ai lu avec intérêt les articles sur la politique des universités en matière de propriété intellectuelle et de transfert de technologie dans le numéro de septembre-octobre du Magazine de l’OMPI. À l’*Universidad Nacional de Mar del Plata*, en Argentine, nous faisons nos premiers pas sur cette voie, après avoir créé un bureau de la propriété intellectuelle dans le cadre de notre secrétariat pour les transferts de technologie.

Notre conseil d’administration a approuvé récemment un règlement définissant la portée, les parties prenantes et les procédures relatives à la protection des créations intellectuelles issues des recherches scientifiques ou culturelles effectuées au sein de l’université ou avec la collaboration de tiers. Nous avons adopté une politique visant à sensibiliser l’ensemble des intervenants de ce processus, des chercheurs, membres du personnel enseignant et étudiants aux décideurs des divers organes concernés. Nous organisons dans nos différentes facultés des conférences sur les objectifs, les incidences et les avantages de la protection des actifs de propriété intellectuelle et le transfert de technologie entre l’université et les milieux extérieurs, tant sociaux que commerciaux. Nous avons aussi déposé une demande de participation à l’Initiative de l’OMPI à l’intention des universités, ce qui nous permettra de nommer un coordonnateur et de bénéficier de la documentation de référence en matière de propriété intellectuelle.

Nous sommes donc au tout début de ce qui promet d’être un long processus, mais qui, nous le savons déjà, se traduira par des avantages en matière économique, scientifique et de développement, non seulement pour notre université, mais aussi pour notre société en général.

Bernardo Marcos Diez, secrétariat pour les transferts de technologie (groupe de recherche sur les nouvelles technologies), Faculté de droit, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentine.



Le débat sur les parfums

La voie du droit d'auteur est-elle la bonne?



Photo: Lancôme

L'article intitulé *Le droit d'auteur au tribunal – Parfum ou forme d'expression artistique?* (Magazine de l'OMPI 5/2006) laisse entrevoir la perspective préoccupante, du point de vue juridique, d'un monde dans lequel tout produit industriel pourrait devenir une œuvre susceptible de protection en vertu de la législation sur le droit d'auteur.

Nous en retirons l'impression que les interprètes de la loi détournent, ce faisant, l'objet du droit d'auteur. Le fait que la liste des objets susceptibles d'être considérés comme des œuvres en vertu de la législation internationale sur le droit d'auteur ne soit que déclarative ne signifie pas que tout soit protégeable. Une œuvre doit en effet répondre à des critères bien établis pour pouvoir bénéficier de la protection du droit d'auteur.

En ce qui concerne plus particulièrement les parfums, il convient de souligner que c'est la formule chimique de la fragrance, et non la fragrance elle-même, qui pourrait éventuellement prétendre à la protection, dans la mesure où la différence de deux odeurs est souvent trop subtile

pour être perçue par le consommateur. On peut rapprocher cela de ce qui se passe pour les recettes de cuisine, où c'est la recette, et non son odeur, qui est protégée.

Il faut enfin noter, sur le plan commercial, que la protection par le droit d'auteur n'est pas la plus avantageuse pour les parfumeurs, puisqu'une fois l'"œuvre" tombée dans le domaine public, à l'expiration de la protection conférée à l'auteur, toute action en vue de la protéger devient impossible.

En Colombie, les marques olfactives sont susceptibles d'enregistrement en vertu de l'article 81 de la décision 344 de la Commission de l'Accord de Carthagène. Cela peut constituer une solution plus efficace pour une entreprise comme Lancôme, car cela leur confère une plus grande latitude commerciale et une protection à plus long terme.

*Catalina Castro Gaitán,
Palacio, Arenas & Vanegas,
Conseils juridiques d'entreprise
Bogotá D.C., Colombie (www.pav-icc.com)*

Ce qu'en ont pensé les tribunaux français

Dans sa contribution sur une décision néerlandaise statuant sur la protection du parfum par le droit d'auteur (*Le droit d'auteur au tribunal – Parfum ou forme d'expression artistique?* Magazine de l'OMPI 5/2006), le professeur Koelman fait référence à un arrêt de la Cour de cassation française précédant de trois jours la décision rendue aux Pays-Bas. Cet arrêt ébranle la jurisprudence française sur ce point.

La protection du parfum par le droit d'auteur fut initialement introduite dans la pratique française par un jugement du tribunal de grande instance de Paris en date du 24 septembre 1999.

La question ne réapparut que cinq ans plus tard, dans une affaire impliquant L'Oréal et plusieurs fabricants de parfums qui assignèrent en contrefaçon de droit d'auteur la société Bellure, en raison de la reproduction de leurs fragrances sous des marques différentes. Le tribunal de grande instance de Paris estima que

les parfums constituaient bien des œuvres de l'esprit en les assimilant à des compositions musicales. Cependant, la demande fut rejetée pour manque de consistance. De multiples preuves de l'atteinte ainsi portées furent donc fournies dans le cadre de l'appel qui s'ensuivit, telles qu'une analyse physico-chimique montrant 50 éléments communs aux fragrances comparées, un test sensoriel effectué auprès du public, un rapport d'expert établi par un "nez" professionnel et une analyse gazeuse chromatographique.

Le 25 janvier 2006, la cour d'appel approuva la protection des parfums au titre du droit d'auteur au regard de i) leur identification au travers de leur "architecture" olfactive et ii) leur combinaison inhabituelle et très particulière d'essences montrant l'apport créatif de leur auteur.

Dans un arrêt de la cour de cassation rendu le 13 juin 2006, les juges considérèrent toutefois que le créateur d'un parfum ne pouvait pas se préva-

loir des dispositions du droit d'auteur. Étant issue de la Haute Cour, cette décision règle la question dès lors que seul le créateur d'un parfum est impliqué. Mais la question de la contrefaçon reste posée, dans la mesure où elle n'était pas soumise à la cour de cassation dans cette affaire.

L'extension du droit d'auteur aux parfums permettrait certes de surmonter les difficultés à enregistrer les marques olfactives. Mais cette extension présenterait également des effets négatifs, dans la mesure où les possibilités d'être considéré comme contrefacteur en seraient multipliées. En tout état de cause, un parfum dont l'originalité serait jugée insuffisante pour être protégé par le droit d'auteur courrait immanquablement le risque de se voir démesurément copié.

*Par Franck SOUTOUL et Jean-Philippe BRESSON,
mandataires européens en marques,
Inlex Conseil, Paris, France (www.inlex.com),
et reporters pour IP Talk (www.ip-talk.eu).*

Le ballon rond fait fort

Chaque Coupe du monde de football apporte son lot de nouvelles questions de propriété intellectuelle et de chiffres encore plus impressionnants que la précédente. J'ai trouvé particulièrement intéressant votre article sur les redevances de propriété intellectuelle et les technologies brevetées utilisées dans le cadre de la Coupe du monde de football 2006 (Magazine de l'OMPI 4/2006).

La valeur des droits de propriété intellectuelle augmente à pas de géant, à mesure que la technologie évolue et que les titulaires de ces droits prennent conscience du fait qu'ils existent dans chaque aspect de leurs produits ou services. En Malaisie, les gens ordinaires sont moins sensibilisés à la propriété intellectuelle qu'aux États-Unis et en Europe. Le Ministère du commerce extérieur et de la consommation a cependant organisé un certain nombre de manifestations pour mieux informer le public de l'importance de la propriété intellectuelle. Votre article sur la FIFA contribue à la sensibilisation du public, car il décrit très bien l'incidence que peut avoir la propriété intellectuelle sur de nombreux aspects de notre vie, y compris les sports.

Il est inquiétant d'apprendre que 2500 atteintes avaient déjà été portées aux droits de la FIFA avant même le premier match. À la veille des Jeux asiatiques 2006 et de la Coupe d'Asie 2007, il est à espérer que la défense des droits de propriété intellectuelle est au premier rang de la stratégie des organisateurs.

*P. Kandiah,
Agent en brevets et marques,
KASS International Sdn Bhd,
Kuala Lumpur, Malaisie*

PRIX DE L'OMPI

Octobre-Décembre

L'OMPI félicite les créateurs et inventeurs suivants, qui se sont vus décerner des prix au cours des mois d'octobre, novembre et décembre.

Médaille d'or de l'OMPI pour les inventeurs

ARGENTINE

concours national de l'innovation – INNOVAR 2006:

- Dans la catégorie Produits: Rubén Schmit – pour le projet Sphinx
- Dans la catégorie Agriculture: Pablo Martín Bonadeo – pour le projet Colossus Florida
- Dans la catégorie Sciences appliquées: Fernando Sesma, Graciela Font de Valdez, Marti Medici y Verónica Molina – pour leur projet de développement d'un aliment à base de soja fermenté, enrichi biologiquement en vitamines et en calcium
- Dans la catégorie Concept novateur: Claudia Marina Lagier – pour un biosenseur pour la détection de la maladie de Chagas
- Dans la catégorie Activité innovatrice: IPEM N° 50 – Institut d'enseignement secondaire "Ingeniero Emilio Olmos"

CAMEROUN

Concours des journées nationales de technologie 2006:

- Bertin Tchinda – meilleur inventeur
- Béatrice Françoise Nijikam – meilleure inventrice
- Samuel Eugène Epesse Misse – meilleur inventeur

VIETNAM

Concours national de créativité du Vietnam pour les jeunes et les enfants:

- Duong Viet Cuong – pour sa maison numérique
- Le Trung Minh Quan – pour son robot peintre en bâtiment



Pour la toute première fois de son histoire, l'OMPI a décerné, en septembre, des prix pour les savoirs traditionnels et le folklore. Ces prix ont été remis à Omayra Casamá, Beleida Espino R., Aquilina Gallegos et Sonia Henríquez, pour leur contribution à la protection et à la promotion de la créativité et du patrimoine culturel des peuples autochtones du Panama.

Prix OMPI de la créativité

FÉDÉRATION DE RUSSIE

- Ivan A. Bliznets – pour sa contribution au développement de la législation, de l'enseignement et de la formation en matière de propriété intellectuelle

RÉPUBLIQUE D'OUZBÉKISTAN

- R. Abdullaev – pour ses réalisations en tant qu'auteur

Trophée de l'OMPI pour les entreprises innovantes

Maroc

- Fondation Suisse Maroc pour le développement durable (FSMD) – pour ses contributions à l'innovation et au progrès technologique et pour la manière dont elle utilise le système de la propriété intellectuelle dans le cadre du développement et de la commercialisation de ses produits et services

Calendrier des réunions

13 – 17 NOVEMBRE ■ GENÈVE

■ *Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques (SCT) (seizième session)*

Le comité examinera de nouvelles questions recensées par le SCT pendant sa quinzième session, en particulier les nouveaux types de marques, les procédures d'opposition en matière de marques, l'harmonisation des formalités en ce qui concerne les procédures d'enregistrement des dessins et modèles et le lien entre les marques et certains aspects du droit d'auteur.

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

15 NOVEMBRE ■ GENÈVE

■ *Séminaire sur le système de La Haye concernant l'enregistrement international des dessins et modèles industriels*

Ce séminaire, qui se tiendra en français et en anglais, vise à faire mieux connaître concrètement le système de La Haye concernant l'enregistrement international des dessins et modèles industriels aux praticiens travaillant dans l'industrie ou à titre indépendant qui utilisent ou utiliseront ce système.

Invitations: ouvert à toutes les parties intéressées, moyennant paiement d'un droit d'inscription. Les autorités compétentes des États membres de l'Union de La Haye seront exonérées du paiement du droit d'inscription.

16 – 17 NOVEMBRE ■ GENÈVE

■ *Séminaire sur le système de Madrid concernant l'enregistrement international des marques*

Ce séminaire, qui se tiendra en anglais, vise à faire mieux connaître concrètement le système de Madrid aux conseils en marques qui utilisent ou utiliseront ce système, dans l'industrie ou à titre indépendant. Ces séminaires ont lieu régulièrement chaque année, en français et en anglais.

Invitations: ouvert à toutes les parties intéressées, moyennant paiement d'un droit d'inscription. Les autorités compétentes des États membres de l'Union de Madrid seront exonérées du paiement du droit d'inscription.

27 NOVEMBRE – 1^{ER} DÉCEMBRE ■ GENÈVE

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

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

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

30 NOVEMBRE – 8 DÉCEMBRE ■ GENÈVE

■ *Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux ressources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore (dixième session)*

Le comité poursuivra ses travaux sur la base de son nouveau mandat défini par l'Assemblée générale et il examinera les projets de texte sur les objectifs de politique générale et les principes de la protection des savoirs traditionnels et des expressions culturelles traditionnelles ou folklore, ainsi que d'autres activités en cours.

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

NOUVEAUX PRODUITS



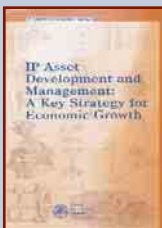
Traité de coopération en matière de brevets (PCT) et Règlement d'exécution du PCT

2006: Espagnol n° 274S, russe n° 274R
20 francs suisses (port et expédition non compris)



La Propiedad Intelectual en las Pequeñas y Medianas Empresas: el Caso Chileno

Espagnol n° 795S
25 francs suisses (port et expédition non compris)



IP Asset Development and Management: A Key Strategy for Economic Growth

Anglais n° 896E (reimpression mise à jour)
15 francs suisses (port et expédition non compris)



Rapport Annuel 2005

Anglais n° 441E, espagnol n° 441S, français n° 441F
Gratuit



Summaries of Conventions, Treaties and Agreements Administered by WIPO, 2006

Anglais n° 442E
Gratuit



La protection des inventions à l'étranger: Questions fréquemment posées au sujet du Traité de coopération en matière de brevets (PCT)

Arabe n° 433A, chinois n° 433C, russe n° 433R
Gratuit



Master of Laws in Intellectual Property - Post-Graduate Specialization Course on Intellectual Property - Collection of Research Papers, 2005

Anglais n° 797E
Gratuit



NOUVEAUX PRODUITS



**A Stitch in Time -
Smart Use of Intellectual Property by Textile Companies**
Anglais n° 794E
Gratuit



**Le système international des brevets en 2005 -
Revue annuelle du PCT**
Anglais n° 901E, espagnol n° 901S, français n° 901F
Gratuit



Patentscope - Accès au monde de la technologie
Coréen n° L434K, japonais n° L434J
Gratuit

Commandez les publications en ligne à l'adresse: www.wipo.int/ebookshop

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

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

Les commandes doivent contenir les indications suivantes: **a)** code numérique ou alphabétique de la publication souhaitée, langue, nombre d'exemplaires;
b) adresse postale complète du destinataire; **c)** mode d'acheminement (voie de surface ou voie aérienne).

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

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

Téléphone:
+41 22 338 91 11

Télécopieur:
+41 22 740 18 12

Messagerie électronique:
wipo.mail@wipo.int

ou avec son Bureau de
coordination à New York:

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

Téléphone:
+1 212 963 6813

Télécopieur:
+1 212 963 4801

Messagerie électronique:
wipo@un.org

Visitez le site Web de l'OMPI:

www.wipo.int

et la librairie électronique de
l'OMPI:

www.wipo.int/ebookshop

La Revue de l'OMPI est publiée tous les deux mois par la Division des communications et de la sensibilisation du public de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI). Ce n'est pas un document officiel et les vues exprimées dans les différents articles ne sont pas nécessairement celles de l'OMPI.

La Revue de l'OMPI est distribuée gratuitement.

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

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

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

M. le rédacteur en chef
WipoMagazine@wipo.int

© 2006 Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle

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