

LA PI DANS L'ÉDUCATION

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Notions de base de la PI pour les enseignants

*Notions de
base de la
PI
pour les
enseignants*

Notions de base de la PI pour les enseignants

Introduction

« Votre école vous demande de préparer un projet pour un concours national en matière d'éducation. Vous êtes motivé. Vous avez une idée géniale. Vous vous investissez à fond pour préparer un projet détaillé afin de remporter le prix pour votre école. Ensuite, un/une ancien/ne collègue en qui vous avez confiance et à qui vous avez montré votre travail, présente un projet similaire au vôtre pour sa nouvelle école et, gagne le premier prix. Que ressentez-vous? »

La propriété intellectuelle (PI) protège les créations intellectuelle ou oeuvres de l'esprit, et les droits de PI ont précisément pour but de vous protéger contre de tels scénarios.

La PI n'est pas quelque chose de nouveau:

L'idée de PI n'est pas nouvelle. Certains disent qu'elle remonte à 500 avant J.-C., quand les gens ont commencé à créer des outils pour assurer leur survie et améliorer leur qualité de vie. Le premier droit de propriété intellectuelle est apparu quand l'État grec de Sybaris a autorisé ses citoyens à obtenir un brevet pour « toute nouvelle amélioration dans le luxe ».

L'État voulait ainsi récompenser la création de recettes et de produits de cuisine originaux. Depuis lors, de nombreux perfectionnements ont vu le jour et nombre de lois ont été rédigées concernant la propriété intellectuelle. Mais l'intention première du droit de la PI n'a pas changé au fil du temps: stimuler la créativité. Pour y parvenir, une sorte de privilège exclusif d'utilisation de la création est accordé au créateur/à la créatrice.

Aujourd'hui, les objets qui font partie de notre vie quotidienne sont de plus en plus complexes. Ainsi, par exemple, un smartphone est protégé par des centaines de milliers de droits de PI. Il en va de même pour la plupart des objets et des services qui font aujourd'hui partie de notre quotidien.



Une **marque** constitue un signe distinctif servant à différencier les produits et services d'une entreprise de ceux de ses concurrents. Derrière une marque se trouvent des personnes qui travaillent, investissent, recherchent et développent des produits et des services qui améliorent différents aspects de notre vie.

Marques

- Nom du téléphone
- Sonnerie de démarrage
- Logo Instagram



Certaines personnes consacrent des années, voire des décennies, à une invention qui pourrait changer le monde. Dans un éclair de génie, il arrive que certaines personnes aient une idée extraordinaire. L'idée qui sous-tend les **brevets** est que ces inventeurs méritent d'être récompensés pour leur dur travail ainsi que pour leur idée. En contrepartie du partage de leur invention avec le monde, les titulaires de brevets ont le droit exclusif de fabriquer et vendre ou de distribuer leur invention.

Brevets

- Méthodes de traitement des données
- Système d'exploitation
- Exploitation de l'interface utilisateur

Saviez-vous qu'il y a plus de **250 000 brevets actifs** pertinents pour les smartphones d'aujourd'hui?



Un **dessin ou modèle** consiste en l'apparence d'un produit (ou même d'une partie d'un produit) - sa forme et sa couleur, les matériaux utilisés, le conditionnement -, de sorte que n'importe quel article fabriqué peut être enregistré comme dessin ou modèle. Toutefois, un dessin ou modèle est encore plus que cela! Il inclut des logos, des cartes ou plans, des polices de caractères, et plus encore. Le dessin ou modèle n'a pas à être beau, attrayant ou artistique; il doit simplement être différent.

Dessins ou modèles

- Forme générale du téléphone
- Disposition et forme des touches
- Position et forme de l'écran



Droit d'auteur

- Logiciels
- Manuels d'utilisation
- Sonneries
- Facebook
- Images

Le **droit d'auteur** est un ensemble de règles qui protège les œuvres artistiques et littéraires. Pensez aux films, à la musique, aux poèmes, aux peintures, aux bandes dessinées, etc. Il s'agit essentiellement du droit d'être le seul à décider qui peut utiliser votre œuvre. Par exemple, imaginons que vous écriviez une chanson. Sauf autorisation, personne d'autre ne peut la copier ou dire que c'est sa chanson. C'est votre chanson. Vous pouvez bien sûr, si vous le souhaitez, donner à quelqu'un d'autre la permission de l'interpréter ou de l'enregistrer.



Un **secret commercial** est une information confidentielle présentant une valeur commerciale ou économique, qui assure à l'entreprise un avantage concurrentiel en raison de sa confidentialité. Les secrets commerciaux sont protégés sans enregistrement ni formalités. Un secret commercial peut donc être protégé sans limitation dans le temps. Il existe certaines conditions pour que l'information bénéficie d'une protection. L'information doit être secrète, avoir une valeur commerciale et le/la titulaire du droit doit avoir pris les mesures raisonnables pour la garder secrète. Toutefois, ces conditions varient d'un pays à l'autre. La célèbre formule Coca-Cola en est un exemple.

Droit d'auteur

Qu'est-ce que le copyright ou droit d'auteur?

Le droit d'auteur est l'un des droits de propriété intellectuelle les plus connus et celui qui concerne le plus les enseignants. Il protège toutes les créations tangibles de l'esprit, à condition qu'il ne s'agisse pas de simples idées.

Tout le monde est titulaire de droits d'auteur: les grands artistes, les petits artistes, les auteurs reconnus et les auteurs non reconnus (qui peuvent être des enseignants ou des étudiants). Une présentation PowerPoint est probablement soumise au droit d'auteur. Cette fiche d'information est incontestablement soumise au droit d'auteur.

Pour bénéficier de la protection du droit d'auteur, la production doit être originale. Pour faire simple, une œuvre est originale dès lors qu'elle reflète la personnalité de son auteur/e et qu'elle exprime ses choix libres et créatifs.

L'exemple classique est celui de deux peintres assis au même moment devant un modèle: si le sujet est le même, l'œuvre de chaque peintre sera, elle, différente.

Les œuvres originales comprennent des romans, des pièces de théâtre, de la poésie, de la musique, des chansons, des dessins, des peintures, des sculptures, des photos, des scripts de films, des films et des vidéos, des dessins textiles, des plans architecturaux, des bases de données et des programmes informatiques.

La plupart d'entre vous avez déjà copié pour un cours une photo protégée par le droit d'auteur sur l'internet. Vous avez tous un jour téléchargé un film ou une chanson. Ces actions relèvent de la législation sur le droit d'auteur.

La législation sur le droit d'auteur accorde au créateur le droit exclusif de déterminer si, et dans quelles conditions, son œuvre originale peut être utilisée par d'autres. Il confère deux types de droits au titulaire/à la titulaire.



Quels sont vos droits en vertu de la législation sur le droit d'auteur?

Un droit économique

- le droit à l'exploitation de l'œuvre. Le droit de contrôler la reproduction de l'œuvre, la communication de l'œuvre au public, sa traduction, son adaptation, sa distribution et sa revente. Le droit d'auteur accorde au créateur/à la créatrice une protection durable lui permettant d'obtenir une rémunération et, en même temps, de s'assurer que sa famille puisse profiter des avantages économiques de son œuvre et de son succès;
- le droit d'être reconnu comme l'auteur/e de votre œuvre originale. Les droits moraux sont des droits généralement reconnus en Europe, bien que leur niveau de protection diffère d'un pays à l'autre,

Un droit moral

Il s'agit notamment du droit:

- de faire indiquer le nom du créateur/de la créatrice;
- de faire publier une œuvre de façon anonyme ou sous un pseudonyme;
- l'intégrité de l'œuvre empêche que l'œuvre ne fasse l'objet d'une altération, d'une distorsion ou d'une mutilation;
- de décider si et quand divulguer l'œuvre. Étant donné qu'il est communément considéré que lorsqu'un auteur/une auteure met son œuvre à la disposition du public, il expose un aspect de sa personnalité à la société, il est communément admis que les droits moraux n'ont pas de limites dans le temps.

Comment une œuvre est-elle protégée par le droit d'auteur?

Il n'existe aucune obligation d'enregistrement pour la protection des droits d'auteur. La protection existe dès l'instant où une œuvre est créée. Certains pays ont mis en place des procédures d'enregistrement facultatives. L'enregistrement peut être utile à des fins de preuve puisqu'il permet de démontrer que l'œuvre existait à une date donnée.

La période de protection du droit d'auteur est très longue. Dans l'UE, la protection dure pendant toute la vie de l'auteur/e et pendant 70 ans après sa mort.

Le droit d'auteur est territorial. En d'autres termes, la protection est accordée au cas par cas, pays par pays. Cependant, les instruments internationaux, tels que les conventions internationales contenant des règles applicables à des pays du monde entier, fixent certaines normes minimales pour la protection des droits d'auteur.

Quelles sont les exceptions aux droits du créateur?

Les œuvres peuvent être utilisées sans le consentement de l'auteur/e ou du/de la titulaire des droits principalement aux fins suivantes, mais il existe d'autres exceptions:

la reproduction d'une œuvre pour un usage privé

l'utilisation de courtes citations d'une œuvre à des fins de critique ou de revue

l'utilisation d'extraits à des fins d'illustration pour l'enseignement ou la recherche scientifique

La Foire aux questions (FAQ), qui fournit aux consommateurs des informations relatives à ce qui est légal et à ce qui ne l'est pas concernant l'utilisation des droits d'auteur et des contenus protégés par ces droits sur l'internet, est consultable via le lien suivant: [FAQ de l'EU IPO sur le droit d'auteur](#)



Marques

Qu'est-ce qu'une marque?

Une marque est un signe distinctif qui identifie des produits et des services comme provenant d'une entreprise déterminée et les distingue de ceux de ses concurrents. Il peut s'agir d'un mot, d'une image, d'un symbole ou d'une forme, d'un élément figuratif, d'un slogan, d'une couleur ou même d'un son.



En soi, une marque n'est pas protégée. Elle est protégée par rapport à des produits et/ou des services spécifiques. Ainsi, si Nike n'est pas protégé en tant que nom, le nom «Nike» est lui protégé par rapport à des vêtements de sport. En théorie, cela signifie que n'importe qui peut également utiliser le nom «Nike» pour vendre d'autres produits sans rapport avec la marque, comme des fruits et légumes, par exemple. Toutefois, une protection plus élevée peut être accordée à des marques notoirement connues (telles que Nike), ce qui signifie qu'il n'est pas autorisé d'utiliser Nike pour d'autres produits et services que les chaussures.

La marque est un droit de PI qui permet aux entreprises:

- d'établir un lien entre leurs produits et services et leurs clients;
- de fidéliser leur clientèle et d'accroître leur notoriété;
- de distinguer leurs produits et services de ceux d'entreprises concurrentes.

Les marques:

- sont une composante essentielle du succès en termes de concurrence commerciale;
- représentent l'investissement d'une entreprise dans son image et sa marque;
- constituent le droit de PI privilégié par la plupart des entreprises;
- sont souvent l'actif le plus précieux d'une entreprise.

Une bonne marque ne doit avoir aucun lien avec les produits et services qu'elle protège. Le terme «chaussures de sport», par exemple, ne peut pas être protégé pour désigner des chaussures de sport, car cela empêcherait quiconque d'utiliser les mots «chaussures de sport» pour vendre ses chaussures de sport. En revanche, «Nike» n'a aucun lien direct et évident avec les produits protégés, et n'importe qui peut vendre des chaussures de sport sous un autre nom. Les marques n'affectent pas la créativité ou l'innovation des entreprises. Il s'agit de signes distinctifs qui peuvent être protégés à l'infini, à condition de respecter les exigences suivantes. Les marques doivent:

être claires, précises, facilement accessibles et objectives

posséder un caractère distinctif

ne pas tromper le public

être disponibles

couvrir une liste de produits et/ou de services

Comment une marque est-elle protégée?

Pour être protégées, les marques doivent être enregistrées. Selon le lieu où ils envisagent d'exercer leur activité, les demandeurs peuvent déposer une demande:

- pays par pays auprès des offices nationaux de la PI;
- auprès de l'[Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle](#) (EUIPO) pour une marque de l'Union européenne;
- auprès de l'[Organisation mondiale de la propriété intellectuelle](#) (OMPI) pour une protection dans plusieurs pays, par le biais d'une seule demande qui est ensuite transmise et traitée dans chacun des pays sélectionnés.

L'enregistrement d'une marque confère une protection pendant plusieurs années (généralement 10 ans à compter de la date de dépôt). Il peut être renouvelé de manière illimitée, à chaque fois pour une période supplémentaire de 10 ans.

Quels sont les avantages des marques?

Valeur économique

Les marques constituent l'un des actifs les plus populaires et les plus précieux d'une entreprise. Elles peuvent revêtir une valeur économique énorme et avoir une grande importance pour les entreprises.

Processus d'enregistrement

Le processus d'enregistrement est généralement simple et rapide. Il est possible d'obtenir la protection d'une marque en quelques semaines.

Protection

Les marques offrent une protection juridique étendue. Le/la titulaire est habilité/e à interdire à tout tiers de faire usage d'une marque dans la vie des affaires. Il s'agit non seulement de tout signe identique pour des produits et services identiques, mais aussi de tout signe similaire pour des produits et services similaires, pour autant qu'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public.

Quels sont les inconvénients des marques?

Frais

Le/la titulaire d'une marque doit payer des frais pour enregistrer et renouveler sa marque (qui sont cependant beaucoup moins élevés que pour un brevet).

Obligation d'utilisation

L'obligation d'utiliser la marque pour les produits et services pour lesquels elle a été enregistrée; en l'absence d'un tel usage après une certaine période (normalement cinq ans), l'enregistrement de la marque peut être radié.

Utilisation générique du nom

Les titulaires de marques doivent s'assurer que leur signe enregistré ne devient pas un nom générique, c'est-à-dire le nom communément utilisé pour décrire les produits ou services en cause.

Dessins ou modèles

Qu'est-ce qu'un dessin ou modèle?

Le dessin ou modèle est un droit de PI qui couvre l'apparence d'un produit. Dans sa définition juridique, il s'agit de l'aspect extérieur ou visible de tout ou une partie du produit que lui confèrent ses caractéristiques. Ces caractéristiques peuvent être des lignes, des couleurs, des formes, des textures, des contours, des matériaux ou des ornements. Cette définition très large couvre presque toutes les créations ayant des aspects visibles.

Les éléments suivants peuvent être protégés en tant que dessins ou modèles:

- tout produit ou objet industriel ou artisanal;
- emballages;
- symboles graphiques;
- pièces assemblées en un produit complexe;
- dessins et œuvres d'art.

Un produit ne doit pas nécessairement être fabriqué à l'échelle industrielle ou avoir une valeur artistique pour constituer un dessin ou modèle.

Le succès et l'importance d'un dessin ou modèle résident dans l'attrait qu'il exerce sur les utilisateurs du produit. Les utilisateurs sont souvent attirés par des dessins ou modèles très créatifs. De nouvelles formes ou couleurs peuvent fortement stimuler la vente de produits ordinaires et, par conséquent, le dessin ou modèle du produit peut devenir un élément clé des efforts réalisés par une entreprise pour rendre ses produits plus attrayants pour les utilisateurs. Dès lors, les dessins ou modèles industriels peuvent présenter une valeur commerciale très élevée, et un fabricant peut obtenir un avantage décisif sur le marché en créant un nouveau look pour son produit.

Pour bénéficier d'une protection en tant que dessin ou modèle en Europe, l'apparence du produit doit remplir deux conditions:

Nouveauté: Un dessin ou modèle est considéré comme nouveau si aucun dessin ou modèle identique n'a été mis à la disposition du public avant la date de dépôt de la demande.

Caractère individuel: Le dessin ou modèle doit produire sur un «utilisateur averti» une impression générale différente de celle des autres dessins ou modèles divulgués antérieurement. L'«utilisateur averti» est une figure intermédiaire qui n'est ni un créateur ni un expert technique.

Les produits suivants sont exclus de la protection des dessins ou modèles:

- les programmes informatiques;
- les produits contraires à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, comme les images ou messages obscènes, racistes ou immoraux;
- les produits intégrant des symboles ou des emblèmes officiels protégés, tels qu'un drapeau national;
- les composants de produits complexes non visibles;
- les caractéristiques de l'apparence du produit imposées exclusivement par une fonction technique.

Comment un dessin ou modèle est-il protégé?

Un dessin ou modèle doit être enregistré pour bénéficier d'une protection complète. Les dessins ou modèles peuvent être enregistrés:

- pays par pays auprès des offices nationaux de la PI;
- au niveau de l'Union européenne, en tant que dessin ou modèle communautaire couvrant automatiquement tous les États membres de l'UE avec un enregistrement unique, auprès de l'[Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle](#) (EUIPO);
- par le biais d'une demande internationale traitée par l'[Organisation mondiale de la propriété intellectuelle](#) (OMPI).

Le processus d'enregistrement est très rapide, un dessin ou modèle communautaire peut être enregistré en quelques jours. La protection d'un dessin ou modèle est limitée dans le temps. Dans l'Union européenne, la durée initiale de protection est de cinq ans à partir de la date de dépôt de la demande. Cette protection peut être renouvelée pour des périodes supplémentaires de 5 ans, à raison d'une durée maximale de 25 ans.

Quels sont les avantages des dessins ou modèles enregistrés?

Titre officiel

Prouver l'existence et la propriété du dessin ou modèle.

Exclusivité

La protection offerte par les droits enregistrés confère au/à la titulaire du dessin ou modèle le droit exclusif de l'utiliser.

Protection

Le/la titulaire d'un dessin ou modèle enregistré peut empêcher les tiers d'utiliser le dessin ou modèle protégé sous différentes formes, y compris de fabriquer, d'offrir ou de mettre sur le marché le dessin ou modèle protégé, d'importer, d'exporter ou d'utiliser un produit dans lequel le dessin ou modèle est intégré et de stocker un tel produit à ces fins.

Dessins ou modèles non enregistrés

En Europe, un dessin ou modèle peut également être protégé automatiquement sans enregistrement pour l'ensemble de l'Union européenne. Cette protection est toutefois limitée et ne dure que trois ans à partir de la date de la première mise à disposition du dessin ou modèle au public sur le territoire de l'Union européenne. La protection n'est opposable qu'aux copies identiques du dessin ou modèle. Ce système de protection est très utilisé dans l'industrie de la mode.

Indications géographiques

Qu'est-ce qu'une indication géographique?

Une indication géographique (IG) est un signe utilisé sur des produits ayant une origine géographique spécifique et dont les qualités et/ou la renommée sont attribuables à cette origine. Les IG sont généralement utilisées pour des produits agricoles, des denrées alimentaires, du vin et des boissons spiritueuses, des produits artisanaux et des produits industriels, et font référence à des noms de lieux. Toutefois, les noms non géographiques peuvent également être protégés s'ils sont liés à un lieu particulier. Par exemple, le fromage Feta ne tient pas son nom d'un lieu, mais du mot italien «fetta», qui signifie «tranche» et a été incorporé dans la langue grecque au XVII^e siècle. Toutefois, plusieurs facteurs, tels que le fait que 85 % de la consommation de feta par habitant et par an dans l'UE a lieu en Grèce ou le fait que la feta est généralement commercialisée avec des étiquettes faisant référence aux traditions culturelles et à la civilisation grecques, font que les consommateurs de l'UE perçoivent la feta comme un produit intrinsèquement grec.

Afin de remplir la fonction d'IG:

- L'IG doit identifier un produit comme provenant d'un lieu déterminé (par exemple, le «Chianti» identifiant un vin originaire de la région du Chianti en Italie ou le «Roquefort» originaire de la région de Roquefort-sur-Soulzon en France);
- les qualités, les caractéristiques ou la réputation du produit doivent être dues au lieu d'origine (par exemple, les qualités du Chianti sont dues aux raisins cultivés dans le sol de cette région italienne spécifique, tandis que les qualités du Roquefort résultent des caractéristiques du lait obtenu à partir de races ovines indigènes nourries selon la tradition et les caractéristiques des caves dans lesquelles le fromage est affiné).

Protection des IG par l'Union européenne

Les appellations d'origine protégées (AOP) désignent les produits qui sont produits, transformés et préparés dans une zone géographique spécifique, en utilisant le savoir-faire reconnu des producteurs locaux et les ingrédients de la région concernée.

Toutes les étapes du processus de production alimentaire doivent donc être réalisées dans la zone concernée pour qu'un produit bénéficie d'une AOP. Parmi les exemples d'AOP figurent l'AOP de Bordeaux (France, vin), l'AOP de Cava (Espagne, vin), l'AOP de Manouri (Grèce, fromage).



Les indications géographiques protégées (IGP) désignent des produits dont la qualité ou la réputation est liée au lieu ou à la région où ils sont produits, transformés ou préparés, bien que les ingrédients utilisés ne doivent pas nécessairement provenir de cette zone géographique. Les produits portant le logo IGP possèdent une caractéristique spécifique ou une réputation qui les associe à un lieu donné, et au moins une étape du processus de production doit être réalisée dans cette zone, tandis que les matières premières utilisées lors de la production peuvent provenir d'une autre région. Parmi les exemples d'IGP figurent České pivo (République tchèque, bière), Lammefjordskartofler IGP (Danemark, légumes) ou Primorska IGP (Slovénie, vin).

Pourquoi ne pas rechercher d'indications géographiques sur <https://www.tmdn.org/giview/>

Ou découvrir ici des produits européens de qualité, titulaires d'une IG, dans des recettes qui mettent l'eau à la bouche: [Recettes d'IG](#)

Secrets d'affaires

Qu'est-ce qu'un secret d'affaires?

L'expression «secret d'affaires» peut sembler désuète. À l'ère des recherches instantanées sur l'internet, très peu de choses paraissent inconnues ou inconnaisables. Mais les secrets d'affaires ont encore un rôle important à jouer pour donner un avantage concurrentiel aux entreprises, et ils auront probablement toujours un tel rôle. Tout comme les marques, les secrets d'affaires sont des éléments-clés de nombreux réseaux de franchise, tels que les enseignes de restauration rapide, les salons de coiffure, les magasins de vêtements, etc.

Les secrets d'affaires, parfois appelés «savoir-faire», concernent les informations commerciales confidentielles qui confèrent à une entreprise un avantage concurrentiel. Un secret d'affaires est une information qui n'est connue que des entreprises qui détiennent les produits ainsi que de leurs employés.

Les secrets d'affaires englobent les secrets de fabrication ou les secrets industriels, ainsi que les secrets commerciaux. Ils comprennent les méthodes de vente, les méthodes de distribution, les profils des consommateurs, les stratégies publicitaires, les listes de fournisseurs et de clients, les listes de prix et, bien entendu, les procédés de fabrication.

Il peut s'agir d'informations positives (bonnes pratiques) ou négatives (erreurs à ne pas faire).

Quels sont les critères pour un secret d'affaires?

Un secret d'affaires ne peut être considéré comme tel qu'à la condition de rester secret. Les informations que renferme un secret d'affaires:

doivent avoir une valeur commerciale ou économique;

ne doivent pas être connues;

ne doivent pas être faciles à découvrir.

Des efforts raisonnables pour maintenir le secret doivent être démontrés.

TOP SECRET

Un secret d'affaires est-il un droit de propriété intellectuelle?

La réponse est non. Les secrets d'affaires ne constituent pas un droit de propriété intellectuelle à proprement parler. Le détenteur d'un secret d'affaires ne détient pas de droit exclusif sur sa création. Il ne peut pas empêcher ses concurrents de découvrir le secret ou de trouver les mêmes solutions.

Les secrets d'affaires peuvent être indépendants ou complémentaires aux brevets. Ils sont largement utilisés dans le processus créatif menant à l'innovation. Tant qu'une invention n'a pas été déposée en vue de sa protection, l'inventeur/inventrice doit veiller à préserver la confidentialité de l'invention afin de garantir le respect de la condition de nouveauté.

Dans les accords de franchise, le franchiseur fournit aux franchisés le savoir-faire nécessaire, lequel est régulièrement mis à jour afin de conserver l'avantage concurrentiel du réseau de franchise.

Les secrets d'affaires ne sont légalement protégés que si l'information confidentielle a été obtenue par des moyens illégaux (par exemple par espionnage, vol ou corruption).

Brevet

Qu'est-ce qu'un brevet?

Un brevet accorde aux innovateurs une protection sur une invention. Une invention est une solution à un problème technologique spécifique prenant la forme d'un produit ou d'un processus qui facilite ou améliore notre existence. Lorsqu'une nouvelle solution est un succès, elle devient un outil puissant entre les mains de l'innovateur/innovatrice et procure un avantage concurrentiel important à l'entreprise sur le marché.

Les concurrents chercheront donc très vraisemblablement à fabriquer des produits similaires ou identiques. Afin de protéger l'innovateur/innovatrice et d'encourager la créativité, le brevet permet à celui-ci/celle-ci d'empêcher d'autres personnes de reproduire, d'utiliser, de vendre ou d'importer un produit qui copie son invention.

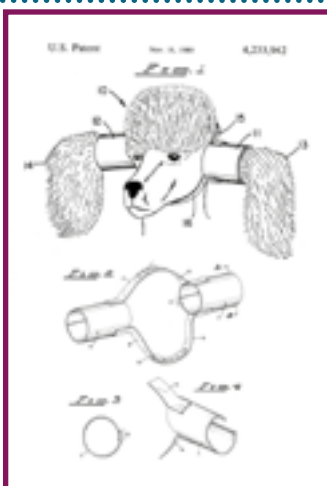
Dans la mesure où un brevet bloque une technologie et des améliorations particulières, sa validité est limitée dans le temps. La durée maximale de protection d'un brevet européen est de 20 ans à partir de sa date de dépôt.

Les inventions peuvent concerner des objets très simples comme un jouet ou, au contraire, des objets extrêmement compliqués, comme une arme nucléaire. La Cour suprême des États-Unis a un jour déclaré que les objets brevetables comprenaient «tout ce que l'homme est capable d'imaginer». En Europe, pour être brevetable, une invention doit remplir trois conditions:

Nouveauté: L'invention ne doit pas avoir été déjà rendue accessible au public sous quelque forme que ce soit et où que ce soit, à quelque moment que ce soit.

Activité inventive: L'invention ne doit pas découler de manière évidente de ce qui est déjà connu. Elle ne doit pas constituer une simple «continuité» ou «variation» de ce qui existait déjà.

Applicabilité dans l'industrie: L'invention est susceptible de fabrication ou d'utilisation à l'échelle industrielle.



Par exemple:

Cette invention porte sur un dispositif destiné à protéger les oreilles des animaux, en particulier des chiens à poils longs, contre le salissement au contact de la nourriture lors des repas.

Le dispositif comporte un élément de forme généralement tubulaire servant à contenir et à protéger chaque oreille de l'animal, ainsi qu'un élément permettant de positionner l'élément tubulaire et les oreilles de l'animal à l'écart de la gueule et de la nourriture de l'animal pendant qu'il mange.

Comment un brevet est-il enregistré?

Une entreprise ou un innovateur/une innovatrice peut demander un brevet:

- dans un pays déterminé auprès de l'Office national des brevets;
- dans un ou plusieurs pays européens auprès de l'[Office européen des brevets](#) (OEB);
- au niveau mondial auprès de l'[Organisation mondiale de la propriété intellectuelle](#) (OMPI).

Quels sont les inconvénients des brevets?

Durée

Le traitement des demandes peut prendre plusieurs années.

Publication

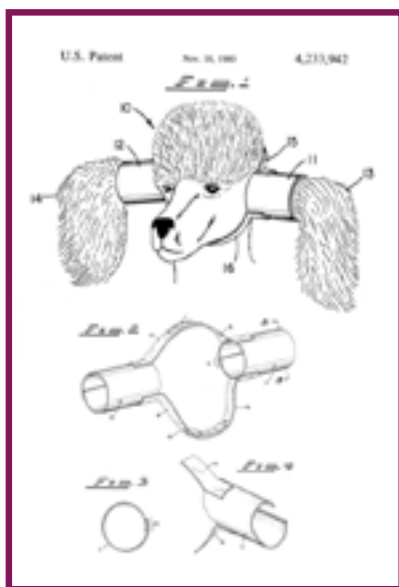
La procédure de demande entraîne la publication des détails techniques (le secret de l'invention).

Frais

Un brevet doit être renouvelé chaque année. Étant donné que les inventions sont souvent protégées par de multiples brevets, les frais peuvent rapidement s'accumuler.

L'obtention d'un brevet n'est pas forcément synonyme de succès commercial. L'innovateur/innovatrice doit s'assurer que les avantages d'un brevet l'emporteront sur le temps, les efforts et l'argent nécessaires pour obtenir et conserver le brevet. Lors de l'enregistrement d'un brevet, les entreprises doivent décrire leur invention en détail et en révéler les secrets. Un brevet ne protège pas les produits en tant que tels, il protège les différentes étapes de l'innovation décrites dans ce qu'on appelle des «revendications». La rédaction correcte de revendications de brevets est une forme d'art à part entière, et, à ce titre, elle doit être effectuée par des conseils en propriété industrielle.

La revendication:



Un dispositif de protection des oreilles d'animaux comprenant:

- une paire de protections généralement tubulaires dont chacune est composée d'une feuille de matériau déformable qui, à l'état libre, tend à prendre ladite forme généralement tubulaire;
- chacun de ces protections pouvant être ouverte longitudinalement pour faciliter l'insertion de l'une des oreilles de l'animal;
- des moyens de positionnement pour relier de manière flexible une extrémité de l'une des protections en relation espacée à une extrémité de l'autre protection et pour fixer ledit dispositif sur la tête dudit animal, de telle sorte que l'axe longitudinal de chaque protection et une partie de chaque oreille dudit animal soient maintenus généralement horizontalement et de manière approximativement perpendiculaire à la tête dudit animal, les extrémités desdites oreilles de l'animal étant séparées par une distance supérieure à la largeur de la tête de l'animal.

De nombreuses grandes entreprises ont recours à d'autres droits de PI pour protéger des produits qui auraient pu être enregistrés en tant que brevets, ce qui leur permet de ne pas révéler leurs secrets. Coca Cola, par exemple, n'a jamais breveté la formule de ses produits, préférant la garder secrète. Ce choix stratégique a permis à l'entreprise de garantir la popularité de sa célèbre boisson «Coca-Cola» sans risquer d'en dévoiler la recette.

Dans cet exemple, la décision d'enregistrer un brevet dépend également du caractère secret et de la technicité de l'invention. Si une invention est susceptible d'être facilement soumise à l'ingénierie inverse démantelant (rétro-ingénierie: par exemple en démantelant un moteur), la protection du secret ne sera d'aucune utilité. Dans le cas de Coca-Cola, c'était une bonne solution car il était très difficile de recourir à la rétroconception.

Le quiz de la PI

1 La propriété intellectuelle ...

- A existe depuis longtemps
- B consiste en une série de droits
- C protège les créations
- D toutes les réponses précédentes

2 La propriété intellectuelle permet de ...

- A protéger les inventions
- B protéger les œuvres et les présentations écrites
- C ajouter de la valeur à une entreprise
- D toutes les réponses précédentes

3 Pour obtenir un brevet, une invention doit ...

- A être nouvelle
- B ne pas découler de manière évidente de ce qui existe déjà
- C être applicable dans l'industrie
- D remplir toutes les conditions précédentes

4 Une marque ...

- A protège une invention
- B protège des informations confidentielles
- C distingue des produits et des services
- D protège l'apparence de produits

5 Un dessin ou modèle...

- A désigne l'apparence extérieure de tout ou partie d'un produit
- B n'a pas besoin d'être enregistré pour bénéficier d'une protection complète
- C doit avoir une valeur artistique
- D n'a généralement pas une valeur commerciale élevée

6 Le droit d'auteur prend effet...

- A lorsqu'une création est publiée ou exposée
- B automatiquement avec la création d'une œuvre
- C lorsqu'une création est enregistrée
- D lorsqu'une création possède une grande valeur

7 Parmi les éléments suivants, lesquels sont protégés par le droit d'auteur?

- A programmes informatiques et bases de données
- B photos et vidéoclips
- C partitions musicales et paroles de chansons
- D toutes les réponses précédentes

8 Un/e étudiant/e a une idée innovante géniale. Que devrait-il/elle faire? ...

- A être prudent lorsqu'il/elle en parle aux autres
- B se renseigner sur la manière de protéger son idée
- C publier son idée et la faire connaître sur les réseaux sociaux
- D les réponses A et B sont correctes

9 En moyenne, un smartphone compte ... brevets.

- A 250
- B 2 500
- C 25 000
- D 250 000

10 Une voiture est protégée par ...

- A des brevets
- B une marque et un dessin ou modèle enregistré
- C le droit d'auteur
- D toutes les réponses précédentes

Réponses: 1D 2D 3D 4C 5A 6B 7D 8D 9D 10D