

13

Le droit de la propriété industrielle

Le droit de la propriété industrielle, avec le droit d'auteur, est une composante de la propriété intellectuelle. La propriété industrielle (PI) protège des créations immatérielles de l'entreprise : les dessins (2 dimensions), les modèles (3 dimensions), mais surtout les inventions et la marque.

1 Le brevet

A Les conditions de la brevetabilité

■ Un brevet est un titre de propriété d'une **invention**, c'est-à-dire d'une **solution technique à un problème technique**. Lorsqu'elle est mise en œuvre pour réaliser un produit, cette invention devient une **innovation**.

■ Afin de faire l'objet d'un brevet, l'invention doit respecter 3 conditions :

- **être nouvelle**, c'est-à-dire inconnue du public, même des spécialistes de la question ;
- **être susceptible d'une application industrielle** : une idée théorique pure n'est pas brevetable (le stylo qui écrit sans faute d'orthographe...) ;
- **être inventive** : l'invention ne doit pas découler de manière évidente de la technique connue par « l'homme du métier ».

Exemple

Le système de la tente Décathlon qui permet de l'ouvrir en « 2 secondes » est une innovation.

B Les protections générées

Un brevet, à condition de payer l'annuité requise auprès de l'INPI, procure à son détenteur un **monopole** pouvant durer **20 ans**. Pendant ce temps, le titulaire du brevet est le seul à pouvoir l'**exploiter** (*usus*), le **louer** (*fructus*), le **vendre** (*abusus*). Le brevet ne peut pas empêcher la contrefaçon effective. Il est un **instrument juridique** pour faire respecter le monopole accordé par voie judiciaire **à l'encontre du contrefacteur**, de son importateur, voire de ses clients.

À noter

Le brevet européen est un titre de PI offrant la protection des inventions dans les États membres de l'Organisation européenne des brevets.

2 La marque

A Définition et fonction

- La marque est un signe distinctif d'une entreprise et/ou de ses produits. Elle répond à des **objectifs commerciaux** : être euphonique (agréable à entendre), mémorisable, différenciant... et respecte des **contraintes juridiques** : **non générique** (un éditeur ne peut pas déposer la marque « livres »), **libre** (non déposé), **conforme à la loi** et aux bonnes mœurs, **non déceptive** (« Purlène » pour des pulls synthétiques).
- La marque permet à une entreprise de se **démarquer des concurrents**. Elle associe le ressenti du client à l'entreprise pour favoriser le ré-achat et la fidélisation. La notoriété qui lui est associée demande des **investissements** et du **temps** pour être construite. Il est donc essentiel pour l'entreprise d'empêcher qu'un tiers puisse utiliser ses signes distinctifs.

B Protection

■ Les **différentes formes protégeables** d'une marque sont le mot inventé, le nom commun, le nom patronymique, le nom géographique, le prénom, des chiffres ou un nombre, un sigle, un jingle, un logotype. La marque olfactive est une réalité mercatique mais elle n'est pas protégeable.

■ Le dépôt du signe distinctif s'effectue :

- **à l'échelle de la France** : auprès de l'INPI (Institut national de la propriété industrielle) et confère une protection de 10 ans indéfiniment renouvelable ;
- **à l'échelle européenne** : auprès de l'OHMI (Office de l'harmonisation dans le marché intérieur), la protection est aussi de 10 ans ;
- **à l'échelle mondiale** (191 pays) : auprès de l'OMPI à Genève (Organisation mondiale de la propriété industrielle) et génère une protection de 20 ans.

■ En cas d'atteinte à une marque déposée, 2 actions sont possibles :

- **sur le plan pénal**, par l'**action en contrefaçon** : **imitation à l'identique** ou suffisamment proche pour **créer une confusion** pour le consommateur n'ayant pas les 2 produits ensemble. La sanction encourue est de 3 ans de prison et 300 000 € d'amende ;
- **sur le plan civil**, par l'**action en concurrence déloyale** (voir fiche 12). Le contrefacteur est alors condamné à des dommages et intérêts.

■ Une **démarche de veille** pour surveiller les éventuelles contrefaçons est donc essentielle.