

Voler-Coller : Stop au plagiat !

Module 1 : Propriété intellectuelle et droit d'auteur

Vidéo 1 : La propriété intellectuelle en France

En 2013, une certaine Nabilla participe à une émission de télé-réalité intitulée « Les Anges de la télé-réalité ». Elle y sort une réplique lourde de sens philosophique : « T'es une fille, t'as pas de shampoing ? C'est comme si j'te dis : t'es une fille, t'as pas d'cheveux ! ». Dans la quinzaine qui suit cette annonce fracassante, les médias et le public s'enflamment : la belle aurait déposé sa phrase choc dans le domaine de la propriété intellectuelle ! Les articles se suivent sur le sujet – comme celui-ci publié par Le Monde Chacun se demande comment on peut mettre une telle niaiserie sur le même plan qu'une œuvre de Victor Hugo.

Et bien justement, elle n'a pas été mise sur le même plan. On réduit souvent la propriété intellectuelle au seul droit d'auteur. Or, si le droit d'auteur fait bien partie de la propriété intellectuelle, la propriété intellectuelle dépasse le simple droit d'auteur. Et ce n'est pas sous le droit d'auteur que la « punchline » de Nabilla a été protégée, mais sous le droit des marques. Ça vous surprend ? On vous explique !

À l'issue de cette vidéo, vous saurez :

- 1) Premièrement, comment est constitué et organisé le droit de la propriété intellectuelle en France
- 2) Deuxièmement, la part que prend le droit d'auteur au sein de celle-ci.

Le droit d'auteur est régi en France par le Code de la propriété intellectuelle. La propriété intellectuelle est constituée de deux branches : la propriété littéraire et artistique d'une part et la propriété industrielle d'autre part. Grosso modo, la propriété littéraire et artistique protège toutes les œuvres de l'esprit à caractère artistique, comme les romans, les peintures mais aussi la documentation académique que vous utiliserez et que vous produirez durant vos études. La propriété industrielle quant à elle protège les inventions ainsi que les créations industrielles ou commerciales. La propriété littéraire et artistique se divise elle-même en deux sous-branches : le droit d'auteur et les droits voisins du droit d'auteur sur lesquels nous aurons l'occasion de revenir plus largement dans les prochaines vidéos.

La propriété industrielle se décompose elle-même en deux sous-branches : d'un côté, ce que l'on appelle les « créations industrielles » consistant dans des innovations techniques et, de l'autre, les « signes distinctifs » qui sont les signes de reconnaissance d'une entreprise, de ses produits ou de ses services.

Au sein des créations industrielles, on trouve d'abord le brevet bien-sûr. Le brevet protège une invention, c'est-à-dire un produit ou un procédé qui apporte une solution technique à un problème technique. L'invention doit être distinguée de la découverte car celle-ci est le résultat de l'observation de ce qui existe déjà alors que l'invention est le résultat d'un processus de réflexion spécifique.

Pour déposer un brevet, il faut remplir trois conditions :

- 1) Que l'invention soit nouvelle, c'est-à-dire qu'elle ne soit pas connue du public
- 2) Avoir fourni une activité inventive pour mettre au point cette invention
- 3) Que cette invention soit susceptible de donner lieu à une application industrielle, c'est-à-dire qu'elle puisse être utilisée dans n'importe quel type d'activité

Le brevet accorde à son propriétaire un monopole sur l'exploitation de l'invention qu'il a déposée. Le titulaire du brevet peut exploiter lui-même l'invention ou concéder une licence d'exploitation à des tiers moyennant le paiement de redevances. Il peut également vendre son brevet s'il le souhaite. Le brevet a une durée de 20 ans, à condition bien sûr de payer chaque année des redevances à l'office des brevets. Le brevet est consultable gratuitement par tous. En contrepartie de ce monopole d'exploitation, le déposant doit décrire précisément l'invention afin de contribuer au partage des connaissances. Au bout des 20 années de protection, le brevet tombe dans le domaine public et toute personne est libre de réutiliser cette technologie sans contrepartie financière. L'entreprise Coca-Cola, par exemple, a déposé depuis ses débuts plus de 1712 brevets ! On retrouve un brevet protégeant leur célèbre bouteille iconique en verre ou encore un autre protégeant l'invention d'un « distributeur de boisson avec post-mélange approprié pour être utile dans l'espace, notamment dans des stations spatiales » ! Mais jamais sa célèbre boisson, car les recettes ne sont pas brevetables !

Comme vous le voyez, à côté des brevets coexiste un deuxième titre qui est le « certificat d'obtention végétale » (COV). Le COV est un titre qui protège une nouvelle variété de plante. Ce titre est délivré par l'Instance Nationale des Obtentions Végétales (INOV) qui est un organisme dépendant du ministère de l'Agriculture. Le COV confère à son titulaire un monopole d'exploitation de la variété protégée. Cela signifie que toute personne souhaitant utiliser cette nouvelle variété devra payer une redevance à l'obteneur. En échange, elle aura des semences dont la qualité et le rendement sont garantis. Si on ne veut pas payer de redevances, on peut toujours utiliser des variétés qui ne sont pas protégées ou qui sont dans le domaine public. Les agriculteurs peuvent utiliser les semences issues de leur récolte (semences de ferme).

Enfin, au sein de la branche des créations industrielles, on trouve la topographie des produits semi-conducteurs qui sont des créations spécifiques constituées par la configuration d'un circuit incorporé dans une puce électronique, ainsi que les dessins et modèles qui protègent l'aspect ornemental d'un objet. Il peut être tridimensionnel – il s'agit alors de la forme ou de la surface de l'objet – ou bidimensionnel, par exemple un assemblage de lignes ou de couleurs.

La propriété industrielle plus spécialement dévolue au commerce est représentée par les « signes distinctifs ». Au sein de cette branche, on trouve d'abord le nom de domaine. Le nom de domaine est l'équivalent de votre adresse postale sur internet. C'est la manière dont vos contacts vont trouver votre site internet sur le web. Par exemple, « univ-guyane.fr » est le nom de domaine de l'Université de Guyane sur Internet, et « google.com » est celui du célèbre moteur de recherche éponyme. Si le nom de domaine est enregistré avec une extension de pays (.fr, .uk ...), il est attribué par un organisme national. En France, c'est l'Association Française pour le Nommage Internet en Coopération (AFNIC) qui a pour mission d'attribuer les noms de domaine en .fr, .re, .tf, .pm, .yt ou .wf, correspondant aux différents territoires français. Au niveau mondial, c'est l'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) qui

gère les noms de domaine et s'assure que ces adresses sont fonctionnelles. En France, le nom de domaine est valable 10 ans et renouvelable indéfiniment, moyennant le paiement d'annuités.

Google a d'ailleurs failli rencontrer un petit problème à ce sujet en 2015. Un ancien employé de la firme a eu la surprise de pouvoir acquérir pendant une minute le nom de domaine Google.com et d'avoir accès à l'ensemble des droits attachés au nom de domaine, avant que la transaction ne soit finalement annulée par la plateforme de paiement liée au géant américain. Était-ce un simple bug ou Google avait-il en fait oublié de renouveler son nom de domaine ? On ne le sait pas. Mais si la transaction n'avait pas été annulée, cet ancien employé aurait eu le monopole de l'exploitation du nom de domaine de son ex-entreprise... Plutôt cocasse, non ?

À propos, vous connaissez tous le camembert de Normandie ou le Champagne ? Hum... Je vois qu'il y a de fins gourmets avec nous ! Eh bien, il s'agit d'Appellations d'Origine Protégée, qui font partie de ce qu'on appelle généralement les signes officiels de qualité. Il existe 4 signes de qualité : les Appellations d'Origine Protégée (AOP), les Indications Géographiques Protégées (IGP), les Spécialités Traditionnelles Garanties (STG) et l'agriculture biologique (AB). Les signes sont gérés par l'Institut National de l'Origine et de la Qualité (INAO), qui dépend du ministère de l'agriculture

Enfin, dernier élément phare des signes distinctifs : les marques bien-sûr ! La marque est un signe apposé sur un produit ou accompagnant les prestations de service d'une entreprise, dont le rôle est de permettre au public de distinguer ce produit ou ce service de ceux offerts par les concurrents. La marque peut prendre plusieurs formes complémentaires : un logo (par exemple, le M de Mac Donald), une ligne sonore (comme la petite musique Ta Da Da Da de Mc Donald) ou encore un slogan (« Venez comme vous êtes »). Lorsqu'on dépose une marque à l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI), on protège l'utilisation de tous ces éléments sur le territoire français, dans une ou plusieurs classes de produits ou services. La marque est délivrée pour 10 ans, renouvelable indéfiniment, ce qui explique que certaines marques soient plus que centenaires (Michelin, Toblerone, Lee Cooper...). Mais pour que la marque soit maintenue, son propriétaire doit payer des redevances annuelles. Son propriétaire en a un usage exclusif, et c'est d'ailleurs ce qu'a découvert à ses dépens Stéphane Plaza. Vous connaissez tous cet animateur qui cherche à vendre et à louer des appartements sur une célèbre chaîne de télévision ? Fort de sa notoriété, Stéphane Plaza a voulu déposer sa marque d'agences immobilières qu'il a naturellement d'abord voulu appeler « Plaza Immobilier ». Le problème, c'est qu'il existait déjà une autre agence immobilière concurrente sous ce même nom. Furieux, l'animateur a entamé une action en justice pour récupérer « son » nom lié à « sa » réputation. Mais l'agence immobilière concurrente avait ouvert son agence avant la notoriété soudaine de l'animateur. La Justice a donc refusé à Stéphane Plaza l'utilisation exclusive de ce nom de marque. Ce dernier s'est alors rabattu sur un autre nom de marque : « Stéphane Plaza Immobilier ».

En résumé, tout ce qui relève de la propriété intellectuelle n'est pas forcément géré par le droit d'auteur, et ce n'est pas demain la veille que Nabilla signera Les Misérables. 4

Voilà ! Vous savez tout (ou presque tout) sur la structuration de la propriété intellectuelle dans le droit français !

Références bibliographiques :

Champeau, G. (2015, octobre 1). *Google a perdu Google.com pendant une minute*. Numerama. <https://www.numerama.com/politique/34349-google-a-perdu-googlecom-pendant-une-minute.html>

Les obtentions végétales. (2015, juillet 28). INPI. <https://www.inpi.fr/comprendre-la-propriete-intellectuelle/les-autres-modes-de-protection/les-obtentions-vegetales>

Mitoyen, J. (2017, janvier 13). Stéphane Plaza perd contre Plaza immobilier. *Le Parisien*. <https://www.leparisien.fr/economie/stephane-plaza-perd-contre-plaza-immobilier-13-01-2017-6561009.php>

Nabilla dépose sa marque « Allô quoi ». (2013, avril 11). *Le Point.fr*. https://nouveau.europresse.com/Link/U031591T_1/news%C2%B720130411%C2%B7POR%C2%B7439234

Rivais, R. (2013, avril 11). « Allo quoi » peut-il vraiment être déposé à l'INPI ? *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/vie-quotidienne/article/2013/04/11/allo-quoi-peut-il-vraiment-etre-depose-a-l-inpi_6003514_5057666.html

Projet soutenu dans le cadre de l'AMI Emergences

Crédits :

Scenario : Marie Latour, directrice adjointe du SCD de l'Université de Guyane

Responsable scientifique : Rose-Marie Borges, maîtresse de conférences en droit privé à l'Université Clermont Auvergne

Vidéo : Flyy Lerandy

