

Droit de la propriété industrielle

Le brevet	2
Définition du brevet.....	2
Les trois critères de brevetabilité	3
La nouveauté	3
Une application industrielle.....	3
Une activité inventive.....	3
La durée de la protection du brevet	4
La marque.....	6
Définition.....	6
Les formes	6
Les conditions de validité	6
✓ la marque doit être distinctive.....	6
✓ la marque doit être non contraire à l'ordre public	6
✓ la marque doit être non déceptive.....	6
✓ la marque doit être libre et donc disponible.	6
La durée de la protection de la marque.....	6
Les enjeux.....	7
Le dépôt de brevet.....	7
Le dépôt de la marque	7
Les actions en justice	7
L'action en contrefaçon.....	8
L'action en concurrence déloyale	8



Droit de la propriété industrielle



PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	
Propriété Littéraire et Artistique	Propriété industrielle
Droits d'auteur Droits voisins des droits d'auteur : - Droits des artistes-interprètes - Droits des producteurs de phonogrammes et de vidéogrammes - Droits des entreprises de communication audiovisuelle Droits d'auteur sur les logiciels Droit sui generis sur les bases de données	Créations de forme - Dessins et modèles - Créations techniques - Brevet - Certificat d'obtention végétale - Topographie de semi-conducteurs Signes distinctifs - Marque - Dénomination sociale, nom commercial et enseigne - Nom de domaine - Appellation d'origine - Indications de provenance - Indications géographiques industrielles

Le brevet

Les entreprises doivent faire preuve d'**innovations** pour se maintenir sur un marché concurrentiel.

Mais sur un tel marché, **elles doivent également protéger leurs créations nouvelles à caractère industriel**, leurs innovations.

➤ **Le brevet est un moyen efficace.**

Définition du brevet

Le brevet protège une innovation technique,

➤ *un produit ou un procédé qui apporte une nouvelle solution technique à un problème technique donné.*





L'innovation est la recherche constante d'améliorations de l'existant, par contraste avec l'*invention*, qui vise à créer du nouveau.

L'innovation est au cœur de notre quotidien et du développement économique.

Les objets que nous utilisons, **les produits que nous consommons chaque jour** sont des créations issues de travaux publics ou privés **qui, grâce au brevet, peuvent être préservées et rentabilisées** pour permettre à d'autres avancées de voir le jour.



La réussite et la pérennité des entreprises dépendent en grande partie de leur capacité à imaginer de nouveaux produits méritant d'être protégés.

Demander un brevet doit être une **solution technique à un problème technique**, et doit aussi être **nouvelle**, impliquer une **activité inventive** et être susceptible d'**application industrielle**,

➤ **3 critères de brevetabilité!**

Les trois critères de brevetabilité

Les innovations les plus variées peuvent faire l'objet d'un dépôt de brevet, à condition de répondre à 3 critères :

- ✓ **la nouveauté ;**
- ✓ **une application industrielle ;**
- ✓ **une activité inventive.**

La nouveauté

L'invention doit être **nouvelle**,

➤ ***ne pas porter sur une innovation qui a déjà été rendue accessible au public ;***

Une application industrielle

L'invention doit être **susceptible d'application industrielle**,

➤ ***qu'elle doit pouvoir être fabriquée ou utilisée quel que soit le type d'industrie ;***

Une activité inventive

L'invention ne doit pas découler de manière évidente de la technique connue par « l'homme du métier ».



Le brevet permet de valoriser des créations nouvelles à caractère industriel.

Le brevet d'invention est demandé à l'**Institut national de la propriété industrielle (INPI)** qui confère à l'inventeur l'exclusivité de l'exploitation de son procédé.



La durée de la protection du brevet

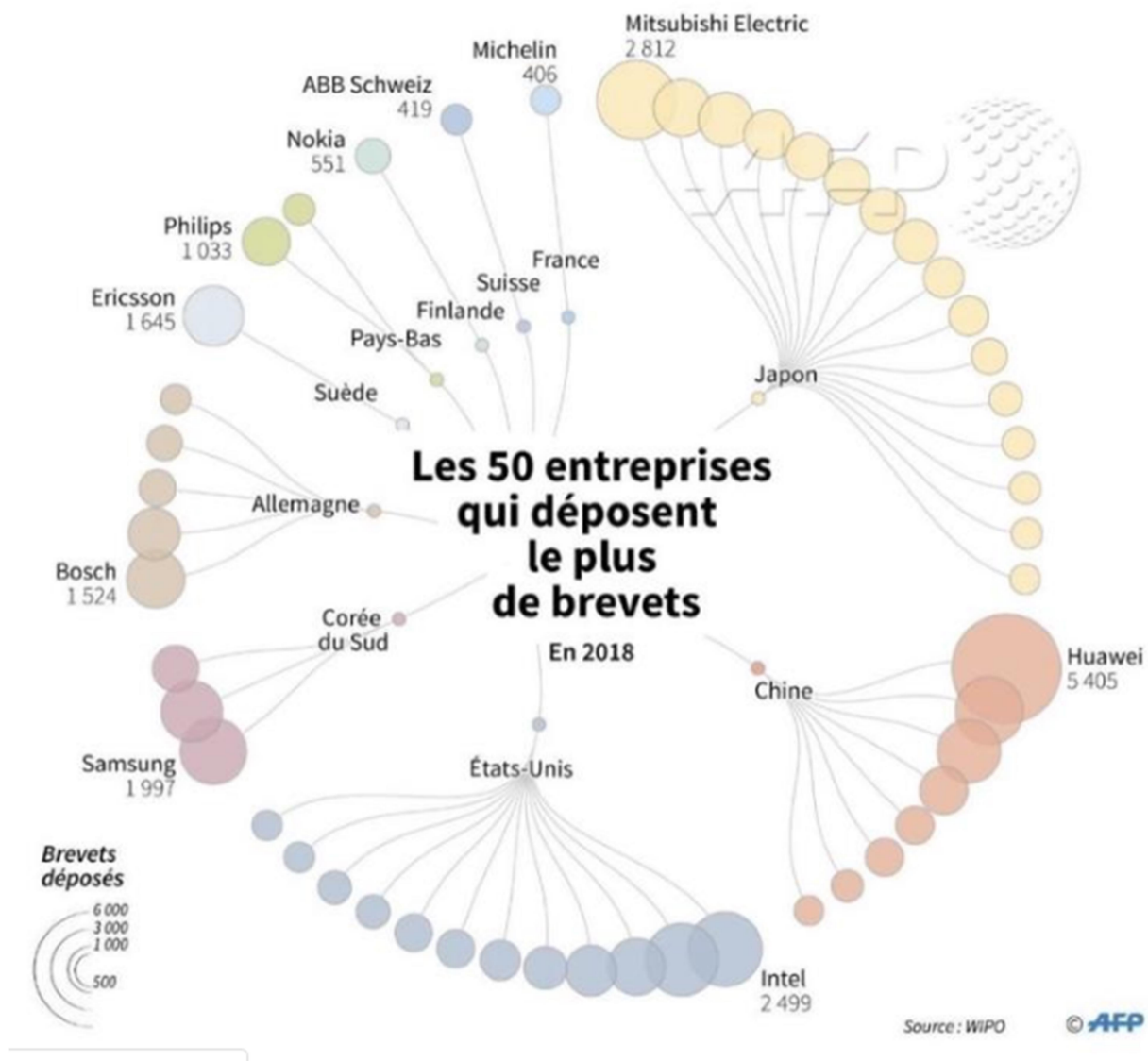
Le brevet est donc un **titre de propriété industrielle** qui permet à son titulaire d'interdire aux tiers d'exploiter son invention pendant **20 ans au maximum**.

L'inventeur a le droit exclusif de disposer d'un monopole pour exploiter son invention,

- *l'utiliser, la fabriquer, l'importer.*

Le brevet lui permet,

- **d'agir en contrefaçon** si un tiers exploite son invention sans autorisation préalable,
- à l'inverse **d'accorder une autorisation** (une licence) à un exploitant.



La marque



La marque permet de valoriser les signes distinctifs de l'entreprise.

Définition

La marque est un ***signe distinctif qui permet au consommateur de distinguer le produit ou service d'une entreprise de ceux des entreprises concurrentes.***

Les formes

La marque peut être matérialisée par un nom propre, un mot, une expression ou un symbole visuel, afin d'être un repère pour les clients.

Elle se compose de ses **caractères physiques distinctifs** (*nom, logo, produits, pseudonyme, symbole, couleur, police et taille de caractères, etc.*) créant l'identité de l'entreprise et bénéficiant de la propriété industrielle.

Les conditions de validité

Pour être protégée, la marque doit être déposée à l'INPI afin de **conférer au déposant un droit exclusif sur cette marque.**

➤ ***Toute entreprise, et même toute personne physique, peut déposer une marque.***

4 conditions de validité du dépôt

- ✓ **la marque doit être distinctive**, elle ne doit pas décrire le produit de façon usuelle, ou être liée trop fortement à la nature du produit ;
- ✓ **la marque doit être non contraire à l'ordre public** ;
- ✓ **la marque doit être non déceptive** et donc ne pas tromper le consommateur en évoquant une caractéristique que le produit n'a pas ;
- ✓ **la marque doit être libre et donc disponible.**

La durée de la protection de la marque

Une marque déposée à l'INPI est protégée **pendant une période de 10 ans** à compter de la date de dépôt.

La protection conférée permet au titulaire de la marque **d'agir en justice contre toute personne qui utiliserait cette marque sans son autorisation**, pendant toute cette durée.

Elle lui permet également de **disposer des attributs de la propriété intellectuelle** :

- ✓ **faire usage** de sa marque (*en l'exploitant*),
- ✓ **en tirer les fruits** (*s'il souhaite la concéder à un tiers au titre d'un contrat de licence de marque*)
- ✓ **la céder** par un contrat de cession de marque.

Au terme de la période de dix ans, **la marque peut être renouvelée** indéfiniment par le titulaire.

- *À défaut, l'entreprise perd la propriété de sa marque.*



Les enjeux

Les enjeux du brevet et de la marque sont la protection de l'entreprise,

- Agir en contrefaçon en cas d'utilisation de la marque ou du brevet par un tiers sans son autorisation.



La protection est territoriale, elle varie selon l'autorité auprès de laquelle le dépôt ou la marque a été déposée.

Le dépôt de brevet

Le brevet est **protégé durant 20 ans** (moyennant des redevances annuelles)

- ✓ soit en **France** auprès de l'**INPI**,
- ✓ soit en **Europe** auprès de l'**OEB** (Office européen des brevets),
- ✓ soit au **plan international** auprès de l'**OMPI** (Organisation mondiale de la propriété intellectuelle).

Le dépôt de la marque

La marque est protégée durant 10 années (renouvelables indéfiniment)

- soit en **France** auprès de l'**INPI**,
- soit au **niveau européen** auprès de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (**EUIPO**),
- soit au **niveau mondial** auprès de l'**OMPI**.

Les actions en justice

L'action en contrefaçon

La contrefaçon est un moyen par lequel **le contrefacteur crée une confusion** entre le produit original et le produit contrefait.



Le brevet et la marque sont des moyens très efficaces pour lutter contre la contrefaçon.

- *Ils permettent au titulaire du droit de propriété industrielle d'engager une action auprès des tribunaux pour que soit reconnue la violation de ses droits par un ou des tiers.*

L'objectif de l'action en contrefaçon est de sanctionner l'atteinte portée à un droit privatif sur un signe ou une création (marque, brevet) auquel il a été porté atteinte.

Lorsqu'il est saisi, **le juge vérifie que le droit dont se prévaut le plaignant est valablement protégé**, et il statue sur l'atteinte portée à ce droit protégé.

La contrefaçon existe du seul fait de l'atteinte au droit privatif,

- *indépendamment de toute faute ou préjudice.*

L'action en concurrence déloyale

L'action en concurrence déloyale, de son côté, a pour objectif de sanctionner un manquement à la déontologie commerciale.

- Elle permet de faire **respecter ses droits (Droit commun)**.



L'action en concurrence déloyale

- **ne protège pas un signe ou une création,**
- mais **protège l'entreprise**.

Elle permet au titulaire du brevet ou de la marque de demander réparation au tiers déloyal pour le préjudice qu'il lui cause,

- *Même en l'absence de droit privatif*

Pour cela, **le demandeur doit rapporter la preuve**

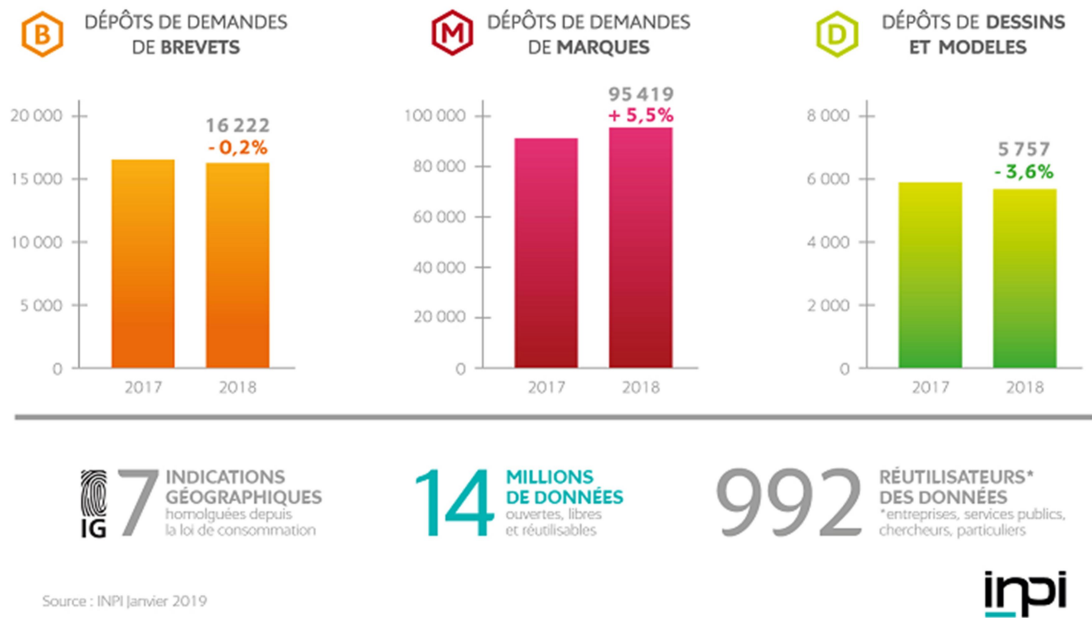
- **d'une faute,**
- **d'un préjudice**
- **d'un lien de causalité** entre ces deux éléments¹.



¹ Rappel : Droit commun de la responsabilité

2018 : LES CHIFFRES-CLÉS

Nombre de dépôts par titre et évolution 2017-2018



Guerre des brevets : Apple terrasse Samsung devant la justice américaine Philippe Guerrier, 25 août 2012

Apple a obtenu gain de cause dans un procès retentissant en Californie pour violations de brevets (iPhone, iPad).

Dans la guerre des brevets portant sur l'iPad et l'iPhone, la firme a obtenu la condamnation de son concurrent sud-coréen (exploitant des gammes similaires de produits comme le Galaxy S et la Galaxy Tab).

Samsung devra verser 1,051 milliard de dollars à Apple.

Au final, le jury a considéré que, sur les 7 plaintes d'Apple pour violation de brevets, 6 étaient justifiées.

Samsung a **sciemment violé** les brevets d'Apple, ce qui pourrait conduire le tribunal à tripler l'amende infligée à la société sud-coréenne.