

POURQUOI ET COMMENT PROTÉGER SES CRÉATIONS ?

Quels sont les réflexes à avoir ?



LawellMcMiller



A PROPOS DE ...

Julie Lodomez

- Avocate depuis plus de 15 ans aux Barreaux de Bruxelles et de Paris.
- Co-fondatrice du cabinet LawellMcMiller
- Conseille aussi bien des startups et PME que des groupes.
- Matières de prédilection : propriété intellectuelle et droit du digital, droit immobilier et droit des affaires.



https://www.instagram.com/julie_lodomez_lawyer/



<https://www.lawell-lawyers.be>



<https://www.linkedin.com/in/julie-lodomez-81893648/?originalSubdomain=be>

UNE IDÉE SI BONNE SOIT ELLE N'EST PAS
PROTÉGÉABLE EN TANT QUE TELLE

PAR CONTRE, LA FORME DANS LAQUELLE ELLE SE
MATÉRIALISE PEUT, ELLE, FAIRE L'OBJET D'UNE
PROTECTION



CETTE PROTECTION VARIE SELON LA CRÉATION A PROTÉGER

Si :

- la matérialisation de votre idée est une innovation technique = brevet (formalité de dépôt)
- la matérialisation de votre idée est esthétique = dessins et modèles (formalité de dépôt)
- la matérialisation de votre idée est un signe qui permet d'identifier vos produits ou services = marque (formalité de dépôt)
- la matérialisation de votre idée est une œuvre artistique ou littéraire au sens large = droit d'auteur (protection automatique)

Une même création peut faire l'objet de plusieurs protections.

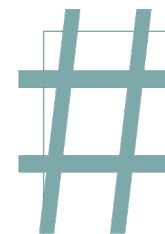
ET CONCRÈTEMENT ?



Une œuvre architecturale, un aménagement et une décoration d'intérieur originale, des plans et dessins, des maquettes, des croquis, des présentations power-point, des "mood board" = droit d'auteur



Les créations de mode, les bijoux, les créations des arts appliqués, les objets et meubles design, ... = droit d'auteur et/ou par le droit des dessins et modèles



Les noms de vos produits (ex: "Esquimau", "Filofax") ou services = droit de marque



un jingle utilisé pour identifier des produits ou services = droit de marque et/ou par un droit d'auteur



Le logo de votre entreprise et le logo d'un de vos produits = droit d'auteur ou un droit de marque



Les inventions techniques (nouveau matériau ou produit) = brevet



Les programmes d'ordinateur, les sites web, les animations Flash = droit d'auteur



Les slogans publicitaires ("Parce que vous le valez bien") = droit d'auteur et/ou droit de marque



La forme ou le packaging de produits = droit d'auteur, droit des dessins ou modèles, et droit des marques (ex: flacon Guerlain)

1) PROTECTION PAR LE DROIT D'AUTEUR

QU'EST-CE QUI PEUT ÊTRE PROTÉGÉ PAR LE DROIT D'AUTEUR ?

- Le droit d'auteur protège les œuvres « littéraires ou artistiques ».
- Mais entendu au sens large = vise toute création de l'esprit humain, qui est réalisée dans un langage soit littéraire soit artistique, ce qui recouvre les formes d'expression graphique, picturale, cinématographique, photographique, musicale, sculpturale ou autre.

Sont par exemple protégeables par le droit d'auteur :

- les romans, les poèmes, les œuvres dramatiques, les textes scientifiques ou utilitaires (modes d'emploi par exemple), les conférences ou tout autre écrit ;
- les peintures, dessins, photographies, bandes dessinées, logos, cartes géographiques, etc ;
- Les compositions musicales, chansons, opéras, jingles, etc. ;
- les films de fiction, documentaires ou autres, les dessins animés, animations flash, jeux vidéo, présentations powerpoint, etc. ;
- les sculptures, les œuvres architecturales, les œuvres des arts appliqués (design), les chorégraphies, les logiciels, etc.



Protection Automatique pour autant que l'œuvre créée soit :

1. Originale (reflète la personnalité de son auteur + pas née de simples contraintes techniques) (ex: photomaton)
2. Mise en forme.



Durée du droit : 70 ans après la mort de l'auteur → Consentement de l'auteur (exploitation, adaptation, traduction, etc)

Après, les œuvres tombent dans le domaine public et peuvent être exploitées librement



Aucune formalité nécessaire mais il est essentiel de se ménager deux preuves :

1. Date de création de l'œuvre;
2. Vous en êtes l'auteur (infra)



CARACTÈRE ORIGINAL (EXEMPLES) :

- Bijou avec écriture ex: Thea Jewelry
- Sac ex: Yeba
- Conseil : important quand on veut lancer un produit de bien réfléchir à cette originalité (apporter sa touche personnelle). Cela a un impact non seulement en terme de protection, mais également de valorisation de son activité et aussi sur un plan marketing.



REFLEXES À AVOIR :

Exemple : litige Zadig et Voltaire c. Best Mountain (T-shirt col Tunisien)

- Garder des preuves de la création (croquis, dessins, emails, etc)
- Garder une preuve de la date de création. Plusieurs méthodes : recommandé, i-depôt, constat d'huissier, société de gestion, service en ligne d'horodatage (Blockchain), etc
- Si vous avez des salariées : contrat de travail avec clause de cession des droits d'auteur (infra) + clause de confidentialité
- Si vous devez présenter votre projet / création à un tiers : mise en forme + preuves + clause de confidentialité

FISCALITÉ DES DROITS D'AUTEUR

- Un avantage important lorsque l'on est titulaire, personne physique, de droit d'auteur = fiscalité car les revenus que l'on reçoit sont (1) exonérés de cotisations sociales + (2) pas soumis à l'impôt sur les revenus (qui peut avoisiner 50%) mais à une retenue de précompte mobilier de 15%.
- Exemple : 16.800 euros par an de revenus en 2020, selon la loi on peut déduire 8.340 euros de frais forfaitaires = revenus nets de 8.460 euros = donc impôt sera de 1.269 euros (contrairement aux 8000 euros si revenus professionnels).
- Importance du conseil sur mesure et d'une analyse des rulings pour déterminer le montant et le % effectif de la rémunération (pour salarié = généralement 22,5% de la rémunération brute totale)

Conseil : n'oubliez pas, en cas de cession, importance de l'écrit + ventilation dans vos factures PP (honoraires - droit d'auteur)

2) PROTECTION PAR LE DROIT DES DESSINS ET MODÈLES



Protection de l'aspect esthétique qui peut être :



soit un dessin (bidimensionnel) : le motif décoratif d'un papier peint, d'un textile, d'un carrelage, etc ;



soit un modèle (tridimensionnel) : l'aspect d'un meuble, d'un emballage, d'une lampe, d'un sac, etc

OBJECTIF ?

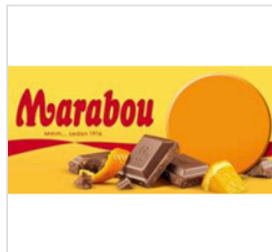
CONDITIONS DE PROTECTION :

- Création esthétique à protéger doit être nouvelle. Elle ne doit pas avoir déjà été déposée ou divulguée au public (sauf si dans les 12 mois précédant le dépôt).
- La création doit posséder un caractère propre = elle doit être, dans une impression globale, suffisamment différente de créations préexistantes.
- La création ne doit pas être dictée par la fonction du produit.

➡ Dépôt (OBPI, INPI, EUIPO, OMPI) – Protection pour 5 ans renouvelable (maximum 4 = 25 ans de protection au total) – Prix OBPI: à pd 150 €
Prix EUIPO : 350 euros – Joindre des reproductions (dessin ou photo)

➡ Monopole d'exploitation sur le territoire du dépôt (seul à pouvoir utiliser la création et à en tirer un bénéfice)

EXEMPLES



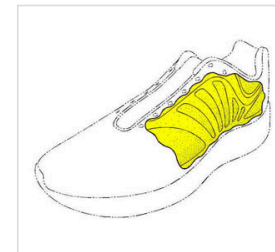
Emballage de produits
DMC 002710731-0001



Un produit / ensemble de
produits
DMC 002490193-0001



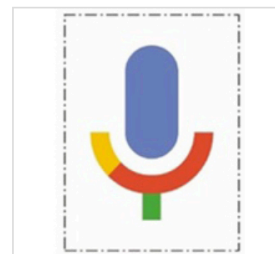
Produits composés
DMC 000408166-0001



Parties de produits
DMC 229752-0001



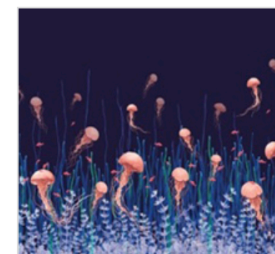
Logos
DMC 000754098-0001



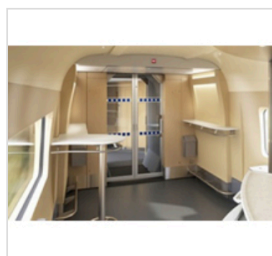
Icônes (informatique)
DMC 003001494-0002



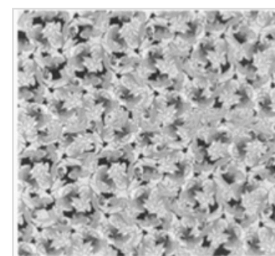
Caractères
typographiques
DMC 004007441-0016



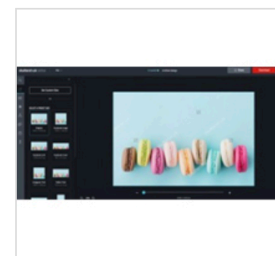
Représentations
graphiques
DMC 004547370-0002



Présentations
DMC 002213793-0001



Ornementation
DMC 001446066-0009



Conceptions de sites web
DMC 003465632-0001



Cartes
003567155-0001

3) PROTECTION PAR LE DROIT DES MARQUES

FAIRE UN DÉPÔT DE
MARQUE PEUT
SEMBLER SUPERFLU
MAIS C'EST
POURTANT ESSENTIEL
DANS UNE ACTIVITÉ.

Pourquoi ? Parce que cette marque représente votre activité, votre produit et la valorise. C'est l'image de votre entreprise.

Vous pouvez par ce biais :

- Contrôler l'image de marque de votre société,
- En faire un actif de votre société qui pourra par exemple être valorisé face à des investisseurs ou des repreneurs éventuels.
- Concéder des licences d'utilisation de cette marque (notamment dans le cadre de franchise ou de partenariat) = rentrées d'argent supplémentaires

Exemple : Méthode GDS - développement à l'international - c'est la marque qui va (au travers des contrats) donner de la consistance au projet, qui va permettre d'imposer des obligations en terme de respect de l'image de marque.

IL EST IMPORTANT DE RÉFLÉCHIR À CETTE PROTECTION DÈS LE DÉBUT DE VOTRE ACTIVITÉ OU DU LANCEMENT DE VOTRE PRODUIT CAR ON NE PEUT PAS DÉPOSER N'IMPORTE QUELLE MARQUE

Trois Conditions de fond :

- La marque doit posséder un **caractère distinctif**, c'est-à-dire que le signe doit permettre au consommateur d'identifier le produit par la marque sans aucune confusion avec un autre produit d'une autre marque et d'une autre provenance. (Exemples : Blablacar, Louboutin)
- La marque doit avoir un **caractère licite**, c'est-à-dire qu'elle ne doit pas être contraire aux bonnes mœurs ou à l'ordre public, il ne doit pas être trompeur, ni constituer un emblème d'Etat ou d'organisations internationales.
- La marque doit avoir un **caractère disponible**, cela signifie qu'il ne doit pas déjà exister des droits relatifs à l'adoption de celle-ci (importance de la recherche d'antériorités) (Exemple : agence Next Door)

UNE CONDITION DE FORME - L'ENREGISTREMENT

- Dépôt auprès de l'Office compétent - Coût : OBPI (àpd 244 €) - OHMI (àpd 850 €)
- La protection d'une marque peut être sollicitée à trois niveaux : **national**, **communautaire** ou **international**. Tout dépend de la zone territoriale où vous pensez que votre marque sera accessible.
- Importance du **choix des classes** de produits et/ou de services
- Une fois que votre marque a été déposée, elle est protégée pour 10 ans (renouvelable).

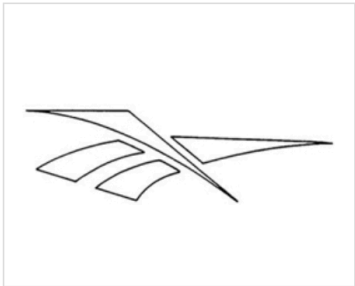
Pensez à enregistrer en même temps votre nom de domaine afin de ne pas vous trouver dans une situation où le nom de domaine ne serait plus disponible = ICANN (.com, .net), EURid (.eu), DNS (.be)

QUE PEUT-ON DÉPOSER COMME MARQUE ?

- Marque verbale (mot, nom, slogan, chiffres et/ou lettres) :

Yoplait, "Parce que vous le valez bien", 307 (Peugeot), 24 Faubourg (Hermès)

- Marque figurative
- Marque figurative comportant des éléments verbaux



MAIS IL Y A AUSSI :

- Marque de forme (forme tridimensionnelle)

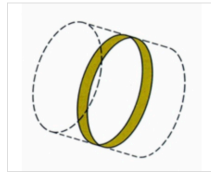


fig. 6



- Marque de forme comportant des éléments verbaux

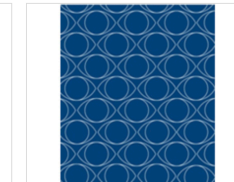
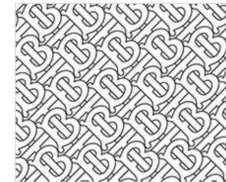
- Marque de position



- Marque de couleur (Decathlon, Post-It)

- Marque de motif (répétition régulière d'un ensemble d'éléments)

- Marque sonore :



UNE FOIS VOTRE MARQUE DÉPOSÉE, IL EST ESSENTIEL DE LA SURVEILLER !

Pourquoi ? pour s'opposer aux concurrents qui surfent sur votre notoriété ou sur celle de vos produits mais également pour éviter que votre marque ne tombe dans le langage courant car même si vous l'avez déposée, vous pourriez être déchu de vos droits.

Exemples :

- C'est ce qui s'est passé pour les marques "Frigidaire", "escalator", "texto", "thermos", "trampoline". Ils ont laissé les gens utiliser les marques sans réagir.
- D'autres marques bougent systématiquement (mise en demeure, lettre d'avocats, action judiciaire, etc) comme la marque 3M pour ses marques Scotch et Post-it ; Google a commencé à réagir également car le mot « googeliser » commence à se développer.
- Et d'autres changent le nom de leur produit avant d'arriver à cette dégénérescence. C'est le cas par exemple de Gervais qui a sacrifié sa marque "esquimaux" pour la remplacer par "Kim".

4) VALORISER SA MARQUE

LA MARQUE EST UN ACTIF IMMATÉRIEL CRUCIAL DE VOTRE SOCIÉTÉ

Plusieurs modes d'exploitation sont envisageables :

- Si vous êtes propriétaire d'une marque déposée, vous pouvez tout d'abord choisir de l'exploiter directement vous-même.
- Vous pouvez aussi décider de la faire vivre en passant un **contrat de licence (location)** = contrat en vertu duquel le titulaire d'une marque (le concédant) autorise un tiers (le licencié) à utiliser la marque dans les conditions et les limites indiquées dans les dispositions du contrat et uniquement pour les produits ou services visés dans le dépôt ou l'enregistrement de marque. Elle peut être totale ou partielle.

Marque = actif essentiel de tout réseau de distribution (franchise).

- Vous disposez enfin du **droit de céder votre marque** (indépendamment du transfert de l'entreprise) contre paiement, ce qui nécessitera d'en évaluer préalablement la valeur. Il faudra nécessairement un écrit signé par les parties.
- Le transfert d'une marque doit être inscrit au registre des marques sinon celui qui acquiert la marque ne peut pas se prévaloir des droits qui s'y attachent. La même règle vaut pour le transfert de dessins et modèles.

5) COMMENT ENCADRER SES RELATIONS
AVEC SES EMPLOYÉS ET FOURNISSEURS ?

NÉCESSITÉ D'UN ÉCRIT

- En droit belge, l'employeur ne bénéficie pas automatiquement du droit d'auteur sur les œuvres réalisées par des employés dans le cadre de leurs tâches habituelles.
- Une **cession écrite et expresse des droits** est donc nécessaire pour que l'employeur devienne titulaire des droits et puisse les exploiter.
! Vérifier les contrats de travail et au besoin faire un avenant.
- Même règle pour les **droits voisins des artistes interprètes** (chanteurs, musiciens, danseurs, acteurs, producteurs de disques et films, etc)
- Exceptions : programmes d'ordinateur et bases de données. Si œuvres créées dans le cadre d'un contrat de travail, l'employeur est présumé titulaire.
- La situation est similaire pour des œuvres réalisées en exécution d'une commande (création d'un logo, site web, etc) : nécessité d'un contrat indiquant qui est titulaire du droit d'auteur sur la création commandée. Au défaut, le créateur sera titulaire.

QUESTIONS ?

