

Le droit de la propriété intellectuelle

Le droit de la propriété intellectuelle permet de protéger et de défendre les éléments immatériels des entreprises en posant une interdiction d'usage sauf autorisation. Il constitue un excellent moyen de protéger l'innovation des entreprises, leur image, de créer une communauté autour d'une marque tout en augmentant la valorisation de l'entreprise. Les chefs d'entreprises peuvent également chercher dans le droit d'auteur une rémunération moins chargée socialement que les dividendes.

Nous n'aborderons dans le cadre du présent article que les branches intéressant principalement les entreprises membres de la CPME 76-27 à savoir le droit d'auteur, le droit des marques et le droit des brevets.

I) Le droit d'auteur

Le droit d'auteur assure la protection de toute forme originale. Sont ainsi protégés les textes (même courts comme les tweets), les images, les peintures, les vidéos, les films, les musiques, les logiciels etc...

Par principe, le droit d'auteur née sur la tête de la personne qui crée l'œuvre. En conséquence, le salarié qui crée une œuvre originale dans le cadre de l'exécution de son contrat de travail est propriétaire du droit d'auteur sur sa création (sauf notamment en matière de logiciel, ou lorsque l'apport du salarié se fond avec celui d'au moins une autre personne sans qu'ils ne puissent plus être distingués – auxquels cas les droits naissent sur la tête de l'employeur). Le contrat de travail peut prévoir une clause de cession de droit d'auteur au bénéfice de l'employeur.

L'auteur dispose de droits économiques (dits patrimoniaux) et moraux.

Les droits économiques se répartissent entre deux grandes prérogatives que sont le droit de reproduction de l'œuvre et le droit de représentation (c'est-à-dire le droit de représenter l'œuvre à un public plus large que le cercle familial et amical normal). Ces droits durent pendant la vie de l'auteur et 70 ans après son décès (le délai de 70 ans commençant à courir à compter du 1^{er} janvier suivant le décès). Par principe, les droits d'auteur se rémunèrent sur la base d'un intéressement à la réussite de l'œuvre (par exemple, entre 8 et 15% du prix public hors taxes d'un livre, multiplié par le nombre de ventes).

Les droits moraux en revanche ne s'inscrivent pas dans une démarche économique. Ils se composent du droit de divulguer son œuvre, du droit de paternité (c'est-à-dire la possibilité de revendiquer la création d'une œuvre ou d'opposer son pseudonymat ou son anonymat), du droit à l'intégrité (c'est-à-dire l'interdiction pour les tiers de modifier l'œuvre ou de la présenter d'une façon qui modifieraient l'approche philosophique de l'œuvre) et le droit au retrait de l'œuvre. Les droits moraux ne peuvent se vendre, de sorte qu'un contrat de prête-plume est toujours précaire et il est possible pour l'écrivain de dévoiler son nom à tout moment (tout au plus serait-il possible de prévoir au contrat des dommages et intérêts à titre dissuasif).

La licence – ou la cession – de droit d'auteur implique de rédiger un écrit et de respecter le formalisme du Code de la propriété intellectuelle (mention des droits cédés, du territoire, de la durée de cession etc...). Si une mention fait défaut, la cession n'est pas licite et l'utilisateur de l'œuvre commet une contrefaçon (punie de 3 ans de prison pour

une personne physique ou 1.500.000 euros d'amende pour une personne morale). Les salariés saisissent de plus en plus en contrefaçon leurs employeurs.

II) Le droit des marques

Le droit des marques vise à protéger un symbole (un ou plusieurs mots, une image etc...) afin que les consommateurs puissent identifier un produit ou un service comme émanant d'une société, et afin que les sociétés puissent s'opposer à un concurrent qui utiliserait son signe distinctif.

Une marque peut être déposée dès lors qu'elle est conforme à l'ordre public (à ce titre, la marque « *puta madre* » – qui signifie « c'est génial » en espagnol – a été rejetée car elle ne serait pas conforme à l'ordre public pour le consommateur français). Elle doit être disponible, ce qui implique qu'elle ne soit pas similaire ou identique à une marque, une raison sociale, un nom commercial connu sur tout le territoire, un nom patronymique, un droit d'auteur etc... Il est possible – voire souhaitable – que la marque inclut un signe original afin de cumuler la protection du droit des marques et du droit d'auteur.

Si les critères sont réunis pour déposer la marque, l'entreprise pourra choisir entre une marque française – couvrant uniquement le territoire de la France – ou une marque européenne – couvrant tout le territoire de l'Union Européenne.

La marque se renouvelle tous les 10 ans, et les instituts en charge de l'enregistrement des marques ne relancent pas les titulaires au moment de la date du renouvellement. C'est donc à chaque titulaire de veiller à renouveler en temps sa marque.

La contrefaçon de marque est constituée dès lors qu'un signe identique ou similaire est utilisé dans un contexte commercial, et qu'il crée un risque de confusion pour le consommateur moyen. Les sanctions peuvent dépasser les trois ans de prison pour les personnes physiques et 1.500.000 euros d'amende pour les personnes morales.

III) Le droit des brevets

Les brevets protègent une solution technique nouvelle répondant à un problème technique. L'innovation ne doit pas être évidente pour un homme du métier et doit être susceptible d'application industrielle.

Lorsqu'une entreprise pense avoir créé une invention qui pourrait être brevetable, elle doit absolument s'abstenir d'en faire la publicité, car cela détruirait le critère de nouveauté (la communication sur les réseaux sociaux écarte ainsi la nouveauté d'une invention). Tout au plus les entreprises pourraient communiquer confidentiellement après la signature d'un accord de confidentialité (NDA).

Le brevet se dépose au niveau français ou européen. Des reconnaissances internationales sont possibles (notamment avec les Etats-Unis et la Chine).

Le brevet est protégé pour une durée de 20 ans et ne peut être renouvelé.

En cas de contrefaçon d'un brevet, les sanctions s'élèvent à 3 ans de prison pour une personne physique et 1.500.000 euros d'amende pour une personne morale.

LBV AVOCATS

Mickaël Le Borloch
Avocat au Barreau de Rouen
Docteur en droit
LL.M. en droit des affaires