

Propriété intellectuelle. « Il faut dépasser la simple recherche à l'identique »

● Avocate spécialisée en propriété intellectuelle et industrielle au sein du cabinet nantais Proxia Conseil, Catherine Meunier nous explique comment protéger au mieux ses actifs intellectuels lorsque l'on crée ou reprend une entreprise.

Que doit-on protéger en priorité lorsque l'on crée ou reprend une entreprise ?

Cela va dépendre du domaine d'activité de l'entreprise. On distingue grosso modo trois grandes catégories. La première, c'est tout ce qui relève du brevet, à savoir les inventions. On peut déposer un brevet au niveau territorial. En France, cela se fait auprès de l'INPI. Pour l'Union Européenne, il faut s'adresser à l'OHMI. Enfin, au niveau international, il y a des possibilités d'aller déposer dans divers pays. L'innovation peut aussi relever des logiciels avec des codes. Dans ce cas, on a un système de protection qui est purement légal et on n'a pas de dépôt à faire en tant que tel.

Et comment cela fonctionne ?

Le seul fait de créer un logiciel en développant du code donne le droit à une protection qui relève du droit d'auteur. Après, pour des raisons de preuves, d'antériorité et de date de création, on préconise souvent de

faire des dépôts, mais qui n'ont pas une vocation protectrice, mais simplement de preuve. Pour ce faire, il faut s'adresser auprès de l'Agence de Protection des Programmes (APP). La plupart de mes clients qui se créent font au moins un dépôt à l'APP pour prendre date et pouvoir ainsi prouver en cas de litige qu'à cette date, ils étaient bien en possession de ce logiciel. Enfin, il existe un dernier champ, les créations à caractère littéraire et artistique. Des écrits, des dimensions graphiques... Bref, tout ce qui n'est pas brevets et logiciels. Ces créations relèvent aussi du droit d'auteur. La protection vient du seul fait de la création, mais il faut faire des dépôts auprès de notaires ou d'organismes spécifiques (la Sacem pour la musique) pour avoir une preuve de sa création.

Cette catégorie englobe aussi tous les textes et photos des sites internet ?

Effectivement les contenus de sites internet (écrit, charte gra-



Catherine Meunier, avocate au sein de Proxia Conseils à Nantes.

phique, photos), s'ils ont une dimension originale que l'on ne retrouve pas sur tous les sites, relèvent du droit d'auteur. Derrière le site, ce qui est code et développement relève aussi du droit d'auteur dans la catégorie logiciel. Un entrepreneur qui veut avoir une saine gestion sur son site doit donc vérifier en amont que les droits d'auteur de son site, fait par un prestataire, lui sont bien cédés. Ce n'est pas automatique. Si je n'ai qu'un droit d'usage, cela veut dire que je n'ai pas le droit de réutiliser la charte graphique pour un support différent (plquette, affiche, etc.)

Faut-il aussi protéger le nom et les éventuelles marques de

l'entreprise ?

C'est effectivement un point important. L'entreprise quand elle se crée va avoir un nom que l'on appelle la dénomination sociale. Elle peut aussi avoir un nom commercial ou une enseigne, qui correspond à un nom sous lequel elle sera connue du public. Ce ne sera pas forcément le nom donné au greffe. Et puis, elle peut aussi avoir une ou plusieurs marques qui estampillent ses produits et services, qui seront aussi potentiellement différents. L'intérêt de déposer une marque est de pouvoir se protéger pour une durée de 10 ans, renouvelable ad vitam eternam contrairement au brevet qui est déposé pour 20 ans. Cela donne une

protection du nom très forte au niveau national. Pour le nom commercial ou la dénomination sociale, on a une protection légale qui va être restreinte au champ d'intervention territorial. Si je n'interviens qu'en Loire-Atlantique, je ne serais protégé que sur ce périmètre et je ne pourrais interdire à un tiers d'utiliser un nom identique que s'il vient sur mon champ d'intervention. Avec la marque, je vais pouvoir interdire l'utilisation d'un nom identique ou similaire sur l'ensemble du territoire national. Je précise identique ou similaire car le droit des marques permet aussi de se protéger contre des similarités intellectuelles. Exemple : Je ne peux pas déposer la marque Jaune en matière de télécoms car je suis susceptible d'être attaqué par Orange.

Avant de lancer sa société, il faut donc réfléchir à toutes ces questions d'antériorité ?

Il faut effectivement faire des recherches d'antériorité pour vérifier que le nom et la marque que l'on va choisir ne vont pas porter atteinte à un tiers. Pour faire une recherche d'antériorité qui balaye le plus large possible, il ne faut pas se contenter de faire une recherche à l'identique sur les bases de données que l'on trouve sur internet. Il faut décliner orthographiquement, phonétiquement et intellectuelle-

ment la marque que l'on projette. C'est capital car l'INPI ne fait pas de recherche d'antériorité et se contente d'enregistrer la marque.

Que risque-t-on si l'on n'a pas fait de recherche d'antériorité ?

Cela peut devenir dramatique si des investissements conséquents ont été faits autour de la marque ou du nom. Le risque, c'est dans un premier temps qu'une demande d'opposition à la marque soit faite dans un délai de deux mois à compter de la publication du dépôt par l'INPI. C'est un moindre mal car en général, les gros investissements ne sont pas encore faits. Malheureusement, il peut aussi y avoir un recours dans un délai de cinq ans à compter du jour où le tiers à connaissance de la marque qui pose problème. Donc l'entreprise n'est pas à l'abri d'être rattrapée par un tiers au moment où elle commence à être connue. Cela veut dire que si le tiers gagne, le préjudice économique peut être majeur. L'entreprise peut se voir ordonner de cesser d'utiliser le nom, en général sous astreinte, c'est-à-dire avec des pénalités financières journalières. Sans parler de l'indemnisation pour le préjudice subi. Il faut donc dépasser la simple recherche à l'identique. Et c'est encore plus sensible si l'on souhaite se lancer à l'international.