GUIDES CPCCAF
ZONE OAPI

Guide 1 :
De l'idée à l'entreprise

Guide de la propriété intellectuelle
à l'intention des jeunes entreprises
dans les pays de la zone OAPI



CPCCAF

Dans la même collection "Guides CPCCAF"

Numéro 2 : Créer une marque - Initiation aux marques pour les petites et moyennes entreprises
Numéro 3 : La beauté est dans la forme - Initiation aux dessins et modèles industriels pour les petites et moyennes entreprises
Numéro 4 : Inventer le futur - Initiation aux brevets pour les petites et moyennes entreprises

Cette publication est une libre adaptation[1] du guide produit et mis à disposition sous une licence **« Creative Commons[2] »** par l'**Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI)[3] mis en conformité au système de l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI) :**

De l'idée à l'entreprise : guide de la propriété intellectuelle à l'intention des jeunes entreprises. Publication de l'OMPI n° 961

Dans la même série parue à **l'OMPI** :

Créer une marque : initiation aux marques pour les petites et moyennes entreprises. Publication OMPI n° 900.1

La beauté est dans la forme : initiation aux dessins et modèles industriels pour les petites et moyennes entreprises. Publication de l'OMPI n° 498.1

Inventer le futur : initiation aux brevets pour les petites et moyennes entreprises. Publication de l'OMPI n° 917.1

Ce guide intègre les références aux dernières révisions de l'Accord de Bangui qui régit la propriété intellectuelle au sein des dix-sept Etats membres de l'OAPI. Cet Accord sert de loi nationale pour chacun des Etats membres. Il a fait l'objet d'une révision le 24 février 1999 et le 14 décembre 2015. Cette dernière révision avait pour but notamment de le rendre conforme au nouvel environnement juridique mondial et lui permettre de mieux répondre aux préoccupations de développement économique et social des Etats membres de l'OAPI.

---

1 "Le Secrétariat de l'OMPI décline toute responsabilité concernant la modification ou la traduction du contenu original."
2 Pour voir un exemplaire de cette licence, veuillez consulter l'adresse suivante : https://creativecommons.org/licenses/by/4.0.
3 L'OMPI est une agence spécialisée du système des Nations Unies.

- Documents et formulaires téléchargeables gratuitement sur le site de l'**Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI) :** www.oapi.int/index.php/fr/

- Documents et guides téléchargeables gratuitement sur le site de l'**Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) :** www.wipo.int/publication.

La CPCCAF (Conférence permanente des Chambres Consulaires et Organismes Intermédiaires Africaines et Francophones) :

La Conférence permanente des chambres consulaires et organisations intermédiaires africaines et francophones, la CPCCAF, est un réseau solidaire de coopération économique et institutionnelle au service du secteur privé africain et francophone. Créée en 1973 à Dakar, au Sénégal, la CPCCAF est née de la volonté commune des Présidents Georges Pompidou (France), Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire) et Léopold Sédar Senghor (Sénégal), avec pour objectif fondateur de contribuer au développement du secteur privé africain par une coopération renforcée entre les chambres consulaires et les acteurs économiques des pays francophones. Association de loi 1901, son siège est à Paris. En tant qu'OING accréditée de l'OIF, elle bénéficie du Statut consultatif auprès de la Francophonie.

Aujourd'hui, la CPCCAF compte :

- **17 pays membres de la délégation africaine :** Bénin, Cameroun, Comores, Congo, Côte d'Ivoire, Djibouti, Gabon, Guinée, Madagascar, Maroc, Mauritanie, Niger, République démocratique du Congo, Sénégal, Tchad, Togo, Tunisie ;

- **4 autres pays francophones :** France métropolitaine et outre-mer, Haïti, Canada (Québec), Suisse.

Partenaire régulier de l'OIF (Organisation internationale de la Francophonie) et d'autres acteurs majeurs du développement comme l'AFD (Agence française de développement), ITC (Centre de commerce international), l'Association internationale des régions francophones (AIRF) ou l'Union européenne (Commission européenne), la CPCCAF élabore et met en œuvre des programmes de coopération passant par le renforcement des capacités et des compétences des structures

africaines d'accompagnement des entreprises, comme plus particulièrement les chambres et organisations de son réseau (Compagnonnage consulaire avec AFD ; ARCHIPELAGO avec la Commission européenne).

Depuis sa création, la CPCCAF, par l'intermédiaire des chambres consulaires qui la compose, se veut un promoteur et un acteur de cette approche d'un développement durable qui favorise les activités des entreprises en Afrique pour catalyser l'investissement privé et favoriser localement la création d'emploi et la croissance.

Dans cette perspective, la vocation première de la CPCCAF est de susciter et d'organiser entre les organisations consulaires et organisations intermédiaires représentatives du secteur privé des pays membres, une coopération bilatérale ou multilatérale dans tous les domaines liés au développement du monde entrepreneurial :

- la formation professionnelle et technique ;
- l'appui aux entreprises : conseils, création, reprise et transmission ;
- la promotion des échanges en général et l'internationalisation ;
- l'information économique ;
- la représentation vis-à-vis des instances politiques et bailleurs de fonds ;
- la création et la gestion des équipements publics et parapublics nécessaires à l'activité économique, comme les ports ou parcs d'exposition.

La CPCCAF en chiffres :

- **21 pays** couverts par le réseau, dont **17 africains ;**
- **60 chambres** (et organismes assimilés) ;
- **plus de 200 projets** développés entre 1986 et 2023 ;
- **+ de 8 M€** de projets réalisés.

Site web : **https://cpccaf.org/**
Contact : **11, rue Léon Jouhaux - 75010 - Paris - France**
cpccaf@cci-paris-idf.fr

Adaptation © CPCCAF, 2024

Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

CPCCAF, Conférence Permanente des Chambres Consulaires et Organisations Intermédiaires Africaines et Francophones.
22 Rue Georges Picquart, 75017 Paris, FRANCE

Original Français
© Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI)
© OMPI, 2021

Cette publication est une adaptation d'un guide initialement élaboré et mis à disposition sous licence Creative Commons par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI).

Pour voir une copie de cette licence, veuillez visiter https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

Avertissement :

Les appellations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de la CCCAF aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Les opinions exprimées dans cette publication ne reflètent pas nécessairement celles des structures membres de la CPCCAF.

La mention d'entreprises particulières ou de produits de certains fabricants n'implique pas que la CPCCAF les approuve ou les recommande de préférence à d'autres entreprises ou produits analogues qui ne sont pas mentionnés.

Table des matières

Sigles....8
Introduction....9
La zone OAPI : de quoi s'agit-il ?
Questions traitées dans ce guide
Qu'entend-on par "propriété intellectuelle" ?..Quelques rappels généraux...
Entreprise génératrice ou consommatrice de propriété intellectuelle
Comprendre le niveau de maturité technologique
Modèle d'affaires et plan d'activité

Protéger votre innovation 21
Obtenir des droits de brevet et déposer des modèles d'utilité
Garantir la protection du secret des affaires
Protection par le droit d'auteur

Distinguer votre produit sur le marché....35
Obtenir un droit de marque
Noms de domaine
Obtenir un droit de dessin ou modèle

Se lancer à l'international....51
Demandes de brevet à l'étranger
Demandes d'enregistrement de marques à l'étranger
Demandes d'enregistrement de dessins et modèles industriels à l'étranger
Obtenir la protection du droit d'auteur à l'étranger

Autres stratégies d'exploitation de la propriété intellectuelle....59
Concession de licences
Cession
Accès au financement
Valorisation de l'entreprise
Attirer des partenaires et des collaborateurs

Gestion des risques....71
Clarifier les droits de propriété et d'utilisation
Prévenir les litiges
Éviter le gaspillage de temps et de ressources

Utilisation des bases de données de propriété intellectuelle....77
Bases de données sur les brevets
Bases de données sur les marques et les dessins et modèles
Droit d'auteur
Noms de domaine

Audit de propriété intellectuelle....83

ANNEXES....87

Sigles

API : interface de programmation d'applications
ARIPO : Organisation régionale africaine de la propriété intellectuelle
ASPI : Programme d'accès à l'information spécialisée en matière de brevets
BO : Office Benelux de la propriété intellectuelle
CATI : Centres d'appui à la technologie et à l'innovation
ccTLD : domaine de premier niveau qui est un code pays
CIB : classification internationale des brevets
CPC : classification coopérative des brevets
EUIPO : Office de la propriété intellectuelle de l'Union européenne
gTLD : domaine générique de premier niveau
ICANN : Internet Corporation for Assigned Names and Numbers
NASA : National Aeronautics and Space Administration
OAPI : Organisation africaine de la propriété intellectuelle
OMPI : Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle
PCT : Traité de coopération en matière de brevets
R-D : Recherche-Développement
TLD : Domaine de Premier Niveau
TRL : Niveau de Maturité Technologique
UDRP : Principes directeurs concernant le règlement uniforme des litiges relatifs aux noms de domaine

INTRODUCTION

La zone OAPI : de quoi s'agit-il ?

L'**OAPI** ou **Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle** est une organisation intergouvernementale qui assure la protection des droits de propriété industrielle de 17 Etats membres et contribue au développement de ceux-ci.

Les Etats membres de l'OAPI sont : le Benin, le Burkina Faso, le Cameroun, la Centrafrique, le Comores, le Congo, la Côte d'Ivoire, le Gabon, la Guinée, la Guinée Bissau, la Guinée équatoriale, le Mali, la Mauritanie, le Niger, le Sénégal, le Tchad, le Togo.

L'Accord de Bangui[4] qui édicte la législation en matière de propriété intellectuelle au sein de l'OAPI, est conforme à l'accord de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) sur les Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC).

L'Accord de Bangui : les grandes lignes[5]

Il comporte dix annexes fixant les dispositions applicables, dans chaque Etat membre, en ce qui concerne :

- les brevets d'invention (Annexe I) ;
- les modèles d'utilité (annexe II) ;
- les marques de produits ou de services (Annexe III) ;
- les dessins et modèles industriels (Annexe IV) ;
- les noms commerciaux (Annexe V) ;
- les indications géographiques (Annexe VI) ;
- la Propriété littéraire et artistique (Annexe VII),
- la protection contre la concurrence déloyale (Annexe VIII) ;
- les schémas de configuration (topographies) de circuits intégrés (Annexe IX) ;
- la protection des obtentions végétales (Annexe X).

4 Adopté en date du 2 mars 1977 cet Accord sert de loi nationale pour chacun des Etats. Il a fait l'objet d'une révision le 24 février 1999 et le 14 décembre 2015. Cette dernière révision avait pour but notamment de le rendre conforme au nouvel environnement juridique mondial et lui permettre de mieux répondre aux préoccupations de développement économique et social des Etats membres de l'OAPI. Il faut noter que depuis la signature de l'Accord de Bangui le 24 février 1999, de nombreux instruments juridiques internationaux régissant la propriété intellectuelle ont été adoptés ou révisés, notamment : la Déclaration de Doha sur la propriété intellectuelle et la santé publique, la Décision du Conseil général de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) du 30 août 2003, le Protocole portant amendement de l'article 30 de l'Accord sur les Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC), le Traité sur le droit des brevets, le Traité de Singapour sur le droit des marques, le Traité de Beijing sur les interprétations et exécutions audiovisuelles, le Traité de Marrakech visant à faciliter l'accès des aveugles, des déficients visuels et des personnes ayant des difficultés de lecture des textes imprimés aux œuvres publiées et l'Acte de Genève de l'Arrangement de Lisbonne (15/12/2022).

5 On retrouvera le texte complet sur le site de l'OAPI : http://www.oapi.int/Ressources/accord_bangui/2020/francais.pdf

L'OAPI bénéficie du statut d'observateur accrédité à l'Organisation mondiale sur la propriété intellectuelle (OMPI) et signataire des principaux traités relatifs au droit de la propriété intellectuelle.

Objectifs et missions de l'OAPI

En matière de propriété industrielle, l'OAPI a pour mission, entre autres, de mettre en œuvre les procédures administratives communes découlant du régime uniforme de protection de la propriété industrielle ainsi que des stipulations des conventions internationales en ce domaine auxquelles les Etats membres ou l'OAPI ont adhéré et de rendre les services en rapport avec la propriété industrielle.

En matière de propriété littéraire et artistique, l'Organisation est chargée de contribuer à la promotion de la protection, de susciter la création d'organismes d'auteurs nationaux, etc.

L'OAPI doit contribuer à atteindre les objectifs des politiques de développement industriel des Etats membres, par la réalisation des objectifs spécifiques suivants :

- Assurer la protection et la publication des titres de propriété industrielle ;
- Encourager la créativité et le transfert de technologies par l'utilisation des systèmes de propriété industrielle ;
- Rendre l'espace juridique attrayant à l'investissement privé par la création des conditions favorables à l'application effective des principes de la propriété intellectuelle ;
- Mettre en œuvre des programmes efficaces de formation pour améliorer les capacités de l'OAPI à offrir des services de qualité ;
- Créer les conditions favorables à la valorisation des résultats de la recherche et à l'exploitation des innovations technologiques par les entreprises nationales.

Enjeux de la zone OAPI pour les entreprises africaines et étrangères

La protection de la propriété intellectuelle (marques, brevets, dessins et modèles, indications géographiques, droits d'auteur) est un enjeu important pour les entreprises africaines et étrangères qui veulent se développer sur les marchés africains, d'autant qu'avec une seule procédure, le titre est protégé dans les 17 pays de la zone.

Les spécificités du système de l'OAPI et ses avantages :

- Un office de propriété industrielle commun à tous les États membres ;
- Une **législation unique** applicable à la propriété intellectuelle dans les dix-sept (17) États membres : l'Accord de Bangui et ses annexes[6] ;
- La **centralisation** de toutes les procédures d'attribution des brevets, modèles d'utilité, marques, dessins et modèles industriels, noms commerciaux, variétés végétales et indications géographiques, topographie des semi-conducteurs ;
- Toute demande de titre de propriété industrielle déposée auprès de l'un des États membres ou de l'Organisation a valeur de demande nationale dans **chacun** des États Membres ;
- Les titres de propriété industrielle délivrés par l'OAPI créent **un faisceau de droits dans tous les États membres ;**
- Les sanctions en cas de violation des droits de propriété intellectuelle relèvent de la compétence des juridictions de chaque pays membre ;
- Il n'existe pas de systèmes nationaux de titres qui coexistent avec le système régional. À cet égard, une Structure Nationale de Liaison avec l'OAPI (SNL)[7] a été créée dans chaque pays

6 Voir l'accord dans son intégralité sur le site de l'OAPI : http://www.oapi.int/index.php/fr/oapi/cadre-juridique/accord-de-bangui

7 Voir liste en Annexe 1 du présent Guide.

membre et placée sous l'autorité administrative du ministère chargé de l'Industrie dudit pays, pour servir de relais entre les usagers nationaux et la Direction Générale de l'OAPI, notamment dans la promotion de la propriété intellectuelle dans l'État, le suivi des questions de propriété intellectuelle au niveau international ainsi que la réception et l'acheminement des demandes de titres de propriété industrielle des nationaux au siège de l'Organisation.

Pourquoi protéger sa propriété industrielle auprès de l'OAPI ?

Comme dans tous les pays et régions du monde, il est indispensable de protéger vos innovations et vos créations. Déposer un brevet, une marque ou un dessin et modèle est le seul moyen d'obtenir un monopole sur sa création, de se différencier de la concurrence et de se protéger des contrefaçons. Cela permet aussi de valoriser vos actifs, par la cession, la licence (notamment de marques en organisant les franchises) ou encore le transfert de technologie.

Le dépôt auprès d'un pays de l'OAPI vaut dépôt dans chacun des pays membres et les titres délivrés sont valables dans tous les états membres : c'est une procédure avantageuse car vous disposez du monopole d'exploitation de votre titre dans les 17 pays de la zone OAPI, avec un marché potentiel de 210 millions de personnes. Avec la mise en place de la zone de libre-échange économique dans les pays africains, qui rassemblera à terme les 54 états du continent, l'harmonisation et la rationalisation des politiques de propriété intellectuelle qui l'accompagne, la protection de vos droits auprès de l'OAPI n'en sera que plus importante.

La dernière révision de l'Accord de Bangui veut faire de l'OAPI un office de propriété intellectuelle moderne et performant au service du développement des états membres, avec des titres plus fiables et de meilleure qualité grâce à des procédures renforcées, permettant ainsi de mieux défendre vos droits en cas d'infractions.

Le siège de l'OAPI est basé à Yaoundé au Cameroun ; les procédures de délivrance des brevets, marques, dessins et modèles s'y déroulent exclusivement. Chacun des 17 pays de la région dispose d'une Structure Nationale de Liaison (SNL)[8] en charge de réceptionner les dépôts des titres de propriété industrielle et de sensibiliser et former les entrepreneurs, les innovateurs et créateurs nationaux aux droits de la propriété intellectuelle.

Ainsi, pour déposer un titre (brevet, marque et/ou dessin et modèle), il vous est possible de faire votre dépôt directement auprès du siège de l'OAPI à Yaoundé, de le transmettre au siège de l'OAPI à Yaoundé par voie postale (la date de dépôt sera alors la date de réception par l'OAPI) ou encore de le déposer auprès de l'une des SNL qui devra transmettre la demande au siège de l'OAPI. Si vous ou votre entreprise n'êtes pas résident dans un des 17 pays membres, il vous faudra passer par un mandataire agréé auprès de l'OAPI[9] .

8 Voir la liste complète des Structures Nationales de Liaison (SNL) de la zone OAPI : http://www.oapi.int/index.php/fr/oapi/organisation/structures-nationales-de-liaison

9 Voir : http://www.oapi.int/index.php/fr/component/k2/item/295-liste-des-mandataires-agrees-aupres-de-l-oapi

Coordonnées de l'OAPI :

OAPI
Email : oapi@oapi.int
Site web : http://www.oapi.int/
Secrétariat : Rue Hippodrome 158, Place de la Préfecture, BP 887, YAOUNDÉ, CAMEROUN
Téléphone : (237 2) 22205700

Questions traitées dans ce guide

Le lancement d'une entreprise florissante peut souvent être attribué à une seule bonne idée. Cette idée a probablement suivi un parcours long et complexe du laboratoire au marché et a survécu alors que d'autres ont été éliminées parce que des produits similaires existaient déjà, parce qu'elles plaisaient moins aux clients ou parce qu'elles étaient trop chères. Le système de la protection de propriété intellectuelle[10] mis en place à l'échelle mondiale, joue un rôle important tout au long de ce parcours. La propriété intellectuelle d'une entreprise doit donc être pleinement intégrée à sa stratégie commerciale et la soutenir.

Le système de la propriété intellectuelle permet aux innovateurs de contrôler le destin de leurs innovations. Les droits de propriété intellectuelle favorisent la protection contre les imitateurs et permettent aux entreprises de se créer une identité distinctive pour renforcer leur présence sur le marché. Les bonnes pratiques en matière de gestion de la propriété intellectuelle restent pertinentes tout au long de la vie d'une entreprise, que ce soit au moment de sa création, de son développement, de la recherche d'investisseurs, des relations avec les associés et les collaborateurs et du recrutement de salariés. La propriété intellectuelle a également un rôle à jouer lors du rachat de l'entreprise ou, malheureusement, lorsqu'elle fait faillite. Le système de la protection de la propriété intellectuelle constitue par ailleurs une source d'informations techniques et commerciales qui sont précieuses pour prendre des décisions éclairées tout au long de la vie d'une entreprise.

Les nouvelles entreprises doivent également être conscientes que le système de la propriété intellectuelle peut non seulement renforcer leur compétitivité mais également les aider à gérer les risques. Une start-up, par exemple, qui ne tient pas compte la propriété intellectuelle peut porter atteinte aux droits de tiers, être empêchée de pénétrer des marchés déjà occupés par d'autres ou perdre des actifs essentiels au profit d'autres entreprises ayant déposé une demande de protection en premier. De telles erreurs peuvent être fatales.

Cette publication propose des conseils et des bonnes pratiques sur la manière dont les jeunes entreprises - présentes dans le pays membres de l'OAPI - peuvent utiliser le système de la protection de la propriété intellectuelle d'un point de vue théorique et pratique pour rester compétitives et comprendre les risques qui peuvent survenir si elles l'ignorent. Ce guide propose de rappels généraux sur la pratique de la propriété intellectuelle dans le monde au sein des entreprises en donnant des exemples internationaux et propose des exemples illustrés sur la pratique, les procédures et des cas concrets pour les entreprises situées dans les pays de la zone OAPI.

La démarche proposée dans ce guide prend exemple sur une start-up ou une jeune entreprise innovante de la zone OAPI qui tente de mettre sur le marché une solution technologique innovante, mais dont les principes devraient être tout aussi utiles aux start-ups qui ne sont pas basées sur la technologie mais qui ont une idée de marketing originale, qui s'adressent à un marché de niche ou qui fournissent un service innovant. Le système de la protection de la propriété intellectuelle offre quelque chose à toutes les entreprises, mais à certaines plus qu'à d'autres.

10 L'expression "système de la propriété intellectuelle" désigne les droits de propriété intellectuelle, le processus de concession de ces droits, les systèmes nationaux, régionaux et internationaux permettant de traiter, d'accorder et d'enregistrer ces droits, et les bases de données contenant des informations en matière de propriété intel¬lectuelle.

Qu'entend-on par "propriété intellectuelle" ? Quelques rappels généraux

Au sens large, la propriété intellectuelle désigne les créations de l'esprit. Ces créations sont reconnues en droit comme des biens dont le créateur peut être propriétaire, pour autant que les conditions fixées par la loi soient remplies. Les pays se sont globalement accordés sur ces conditions dans les traités internationaux, bien qu'il existe des différences dans la manière dont ils interprètent et appliquent ces droits.

Lorsque nous parlons de créations de l'esprit, nous faisons référence à de nouvelles idées de produits, à de nouvelles façons de faire les choses, à des dessins et modèles attrayants, à des signes permettant de distinguer les entreprises et à des créations telles qu'œuvres musicales, chansons, peintures et sculptures. De par leur nature, ces biens sont intangibles en ce sens que nous ne pouvons pas toucher, tenir ou voir l'idée, mais nous pouvons toucher, tenir ou expérimenter son expression. Le caractère intangible de ces biens crée des inconvénients et des avantages qui sont uniques. Les idées étant intangibles, il est difficile d'empêcher les tiers de se les approprier et de les reproduire ; dans le même temps, de nombreuses personnes peuvent utiliser simultanément des idées sans les épuiser ou en réduire la qualité. Pensez à une chanson. Il peut être difficile d'empêcher quelqu'un de copier une chanson déjà écrite, mais de nombreuses personnes peuvent apprécier cette chanson en même temps. La législation en matière de propriété intellectuelle confère une certaine tangibilité aux idées en permettant aux créateurs d'être propriétaires de leurs idées innovantes et les fruits de leur créativité dès lors que les critères juridiques sont remplis.

Lorsqu'une idée atteint le point où elle est susceptible de se transformer en produit ou service avec un potentiel commercial, il importe de se demander, le plus tôt possible, comment la propriété intellectuelle pourrait faciliter son parcours vers le marché. Les outils de propriété intellectuelle pertinents à cet égard sont brièvement décrits ci-dessous.

Brevets

Un brevet est un droit exclusif accordé par un gouvernement pour une invention qui est nouvelle, implique une activité inventive et est susceptible d'application industrielle. Il confère à son titulaire le droit d'interdire les tiers de fabriquer, d'utiliser, d'offrir à la vente, de vendre ou d'importer un produit ou un procédé basé sur l'invention brevetée.

Le brevet est délivré par un office de brevets national ou un office de brevets régional s'il représente un groupe de pays. Il est valable pendant une durée limitée, généralement 20 ans au maximum à compter de la date de dépôt, à condition que le titulaire du brevet s'acquitte dans les délais des taxes requises pour maintenir le brevet en vigueur. Un brevet est un droit territorial limité aux frontières géographiques du pays (ou de la région) concerné. En contrepartie de l'octroi d'un droit de brevet, toute personne qui dépose une demande de brevet doit fournir une description écrite détaillée, précise et complète de l'invention[11] . Les documents de brevet (demandes de brevet et brevets délivrés) sont publiés par les offices de brevets du monde entier et constituent la principale source d'information en matière de brevets. Par conséquent, les collections publiques de brevets et les bases de données commerciales sur les brevets constituent une source essentielle et souvent unique d'information technique, car nombre de ces inventions ne font pas l'objet de publications dans la littérature scientifique.

Le secret des affaires

Le secret des affaires désigne toute information qui a une valeur commerciale pour une entreprise

11 Voir la publication n° 3 de la série "La propriété in¬tellectuelle au service des entreprises" : Inventer le futur : initiation aux brevets pour les petites et moyennes entreprises (OMPI, 2018), disponible à l'adresse www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/ wipo_pub_917_1.pdf.

dès lors qu'elle reste confidentielle. D'une manière générale, toute information peut être considérée comme un secret d'affaires, qu'il s'agisse de savoir-faire technique, de listes de clients, d'informations financières, de stratégies de marketing, etc. Le secret des affaires est souvent décrit comme un iceberg dont les brevets sont la partie visible. Une start-up peut détenir une énorme quantité d'informations confidentielles, dont certaines sont potentiellement brevetables, et dont toutes, si elles sont gardées secrètes, pourraient prétendre à la protection en tant que secrets d'affaires. Une jeune entreprise peut décider, pour des raisons stratégiques, de garder secrètes ses informations brevetables car le dépôt d'une demande de brevet suppose de divulguer ces informations au public. Les informations qui ont été divulguées, que ce soit dans le cadre d'une demande de brevet ou pour d'autres raisons, ne peuvent plus être considérées comme des secrets d'affaires.

Droit d'auteur

Le droit d'auteur accorde aux auteurs, compositeurs, programmeurs informatiques, concepteurs de sites Web et autres créateurs une protection légale sur leurs créations littéraires, artistiques, dramatiques ou autres, généralement appelées "œuvres". Le droit d'auteur protège une grande variété d'œuvres originales, telles que livres, magazines, journaux, œuvres musicales, peintures, photographies, sculptures, œuvres d'architecture, films, les programmes d'ordinateur, jeux vidéo et bases de données originales.

Toutefois, il ne protège que l'expression d'une idée et non l'idée ou le concept proprement dit. Il s'agit d'une distinction importante. Si une idée est exprimée d'une manière différente, il est peu probable qu'elle porte atteinte au droit d'auteur d'un tiers. Le droit d'auteur confère à l'auteur ou au créateur d'une œuvre des droits exclusifs sur son œuvre pendant une période définie par la législation nationale. Dans la plupart des pays, le droit d'auteur dure toute la vie de l'auteur plus 50 ans ; certains pays, dont les États-Unis d'Amérique et des pays d'Europe, prévoient une durée de protection supérieure. Ces droits permettent à l'auteur de contrôler l'utilisation économique de son œuvre de plusieurs manières et de percevoir une rémunération à cet égard.

Le droit d'auteur comprend également un "droit moral", qui protège notamment la réputation de l'auteur et l'intégrité de l'œuvre. En général, un auteur ne peut pas céder les droits relevant du droit moral[12] .

Marques

Tout signe permettant de distinguer des produits ou des services (tels que mots, noms, lettres, chiffres, dessins, images, formes, couleurs, étiquettes ou toute combinaison de ces éléments) peut être utilisé comme marque. Dans la plupart des pays, les accroches, les slogans publicitaires et les titres peuvent également constituer des marques. La protection juridique d'une marque est obtenue par son enregistrement et, dans certains pays, par son utilisation. Pour obtenir l'enregistrement d'une marque, la première étape consiste à déposer le formulaire de demande approprié auprès de l'office national ou régional des marques, qui examine les demandes conformément à la législation locale applicable et accorde ou refuse l'enregistrement de la marque. Si la durée de protection peut varier, les marques enregistrées sont protégées pendant 10 ans dans de nombreux pays. L'enregistrement peut être renouvelé indéfiniment (généralement pour des périodes consécutives de 10 ans) à condition que les taxes de renouvellement soient payées à intervalles précis avant l'expiration de l'enregistrement[13].

Dessins et modèles industriels

Le terme "dessin ou modèle industriel" désigne les aspects ornementaux ou esthétiques d'un

12 Voir la publication n° 4 de la série "La propriété intellectuelle au service des entreprises" : Expression créative : initiation au droit d'auteur et aux droits connexes pour les petites et moy¬ennes entreprises (OMPI, 2006), disponible à l'adresse https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ fr/wipo_pub_918.pdf.

13 Voir la publication n° 1 de la série "La propriété intellectuelle au service des entreprises" : Créer une marque : initiation aux marques pour les petites et moyennes entreprises (OMPI, 2017), disponible à l'adresse www.wipo.int/edocs/pub¬docs/fr/wipo_pub_900_1.pdf.

produit. Un produit peut être protégé en tant que dessin ou modèle industriel si certaines conditions sont remplies. La protection ne couvre pas les aspects techniques ou fonctionnels du produit. Pour enregistrer un dessin ou modèle industriel, il convient de déposer une demande nationale ou régionale auprès de l'office national ou régional de la propriété intellectuelle compétent. La protection d'un dessin ou modèle industriel varie d'un pays à l'autre mais dure au moins 10 ans[14] .

Autres droits de propriété intellectuelle[15]

- Les modèles d'utilité sont également connus sous le nom de "brevets à court terme", "petits brevets" ou "brevets d'innovation". Dans de nombreux pays, certaines catégories d'invention, notamment les adaptations mineures de produits existants, peuvent être protégées en tant que modèles d'utilité.

- **Obtentions végétales :** dans de nombreux pays, les obtenteurs peuvent protéger leurs variétés sélectionnées au moyen de "droits d'obtenteur".

- **Schémas de configuration (ou topographies) de circuits intégrés :** le schéma de configuration ou un dessin original d'un circuit intégré peut être protégé contre la copie.

Si ces droits de propriété intellectuelle sont présentés ici comme des droits distincts, dans la pratique ils sont utilisés collectivement pour protéger et commercialiser des produits dans leur ensemble. Prenons l'exemple d'un smartphone : ses fonctionnalités, allant de la capacité de calcul à l'appareil photo, sont protégées par brevet, son logo et son identité par une marque, sa forme et son aspect général par des dessins et modèles industriels, le code source du logiciel d'exploitation par le droit d'auteur et les stratégies marketing employées pour commercialiser l'appareil dans le monde entier par des secrets d'affaires.

14 Voir la publication n° 2 de la série "La propriété intellectuelle au service des entreprises" : La beauté est dans la forme –initiation aux dessins et modèles pour les petites et moyennes entreprises (OMPI, 2019), disponible à l'adresse www.wipo. int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_498_1.pdf.

15 Voir la publication : Inventer le futur (OMPI, 2018), p. 12. www.wipo. int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_917_1.pdf.

Entreprise génératrice ou consommatrice de propriété intellectuelle

Dans le cadre de ce guide, il peut être utile de faire la distinction entre les jeunes entreprises qui génèrent de la propriété intellectuelle et celles qui en consomment. Une start-up "consommatrice de propriété intellectuelle" est une entreprise dont l'idée commerciale a besoin de la technologie pour exister. Une start-up "génératrice de propriété intellectuelle" est une entreprise qui est centrée sur des actifs de propriété intellectuelle et qui a besoin d'une idée commerciale pour prospérer.

En règle générale, une jeune entreprise consommatrice de propriété intellectuelle ne suppose que très peu ou pas de recherche-développement et génère peu de contenus ou de logiciels protégés, voire aucun. Il peut s'agir de start-up de l'Internet, de sociétés de conception d'applications ou de sites de vente en ligne (par exemple Airbnb ou Uber). En revanche, une start-up génératrice de propriété intellectuelle développe une idée commerciale autour d'une solution technique protégée par un droit de propriété intellectuelle. Un exemple type serait celui d'une technologie à un stade précoce de son développement, souvent protégée par un brevet, que l'entreprise a développée ou qu'une université ou un institut de recherche lui a concédée sous licence.

En réalité, les jeunes entreprises innovantes ne peuvent se distinguer de façon aussi nette les unes des autres. La plupart d'entre elles se situent sur un continuum : les entreprises consommatrices de propriété intellectuelle génèrent de la propriété intellectuelle, et les entreprises génératrices de propriété intellectuelle consomment de la propriété intellectuelle. Pour lancer leur idée commerciale, la plupart des entreprises consommatrices de propriété intellectuelle achèteront des licences ou des technologies protégées par des droits de propriété intellectuelle et détenues par des tiers.

La plupart sont également susceptibles de sous-traiter à des tiers la mise au point de solutions pour leur modèle commercial. Une fois qu'elles auront acquis une certaine notoriété, elles commenceront idéalement à concevoir des solutions et à créer des droits de propriété intellectuelle.

Ces droits de propriété intellectuelle sont généralement des marques, éventuellement des algorithmes, ou encore un droit d'auteur sur les interfaces utilisateur, par exemple. Au fur et à mesure qu'elles progressent, ces entreprises peuvent créer de nouveaux droits de propriété intellectuelle en améliorant les logiciels sous licence, en créant leurs propres logiciels ou en ajoutant de nouvelles fonctionnalités à leur offre. Au fil du temps, elles généreront également des informations commerciales confidentielles. Les jeunes entreprises consommatrices de propriété intellectuelle les plus prospères, comme Airbnb ou Uber, génèrent de plus en plus de propriété intellectuelle, et cherchent souvent à acquérir la propriété intellectuelle de tiers ou de larges portefeuilles de brevets, afin de maintenir ou d'accroître leur avantage concurrentiel.

Une fois lancées, les entreprises génératrices de propriété intellectuelle correctement financées continuent généralement à investir dans la recherche-développement et à créer de nouveaux actifs de propriété intellectuelle.

Comprendre le niveau de maturité technologique

Le niveau de maturité technologique est une technique permettant d'évaluer dans quelle mesure une technologie ou un produit est proche de la commercialisation (voir la figure 1 ci-après). Basé sur une méthodologie créée par l'Administration nationale de l'aéronautique et de l'espace des États-Unis d'Amérique (NASA) pour évaluer la maturité des technologies spatiales, cet outil est aujourd'hui largement utilisé dans différents secteurs, bien que certains experts affirment qu'il ne convient pas à tous les types de technologie. La Commission européenne et le secteur public britannique font partie des institutions ayant adopté ce modèle. Chaque projet technologique est évalué en fonction de certains paramètres et se voit attribuer une note. Sur une échelle de neuf niveaux, un produit classé TRL 1 présente le plus bas niveau de maturité, tandis qu'un produit classé TRL 9 est entièrement opérationnel[16].

L'attribution d'un niveau de maturité technologique permet à l'entreprise de positionner sa technologie ou son projet le long de la chaîne de l'innovation. En règle générale, un projet auquel on a attribué un niveau de maturité technologique faible devra faire l'objet d'un développement considérable avant d'être commercialisé. Cela permet aux chefs d'entreprise de tenir compte des investissements futurs en matière de développement. Les options de financement et les possibilités d'octroi de licences pour une technologie dépendent également de son niveau de maturité technologique. Essentiellement, ce niveau de maturité n'est qu'un indicateur. Il peut aider les entreprises à prendre des décisions, notamment en matière de financement, mais le temps nécessaire pour commercialiser une technologie dépendra de toute une série de facteurs.

16 Voir https://web.archive.org/web/20051206035043/http://as.nasa.gov/aboutus/trl-introduction.html.

Figure 1 : La classification par les « TRL »

PHASES	TRL	DESCRIPTION
	1	Principes basiques
RECHERCHE	2	Formulation des concepts et de ses applications
	3	Validation du concept
	4	Prototype expérimental
DEVELOPPEMENT	5	Démonstrateur
	6	Pilote industriel
	7	Première mise en oeuvre
DEPLOIEMENT	8	Mise en œuvre à plusieurs reprises
	9	Mise en œuvre a grande échelle

(Source : d'après https://www.lescahiersdelinnovation.com/qualifier-l-innovation-comprendre-les-trl/)

Figure 2 : La représentation des « TRL » : de l'idée au marché

PHASES	TRL	DESCRIPTION
IDEE	0	Concept non trouvé, aucune expérience conduite
RECHERCHE BASIQUE	1	Les besoins sont décrits sans preuve de faisabilité
FORMULATION DE LA TECHNOLOGIE	2	Les concepts et les applications sont décrits et formulés
BESOIN DE VALIDATION	3	Objectif formulé, les parties-prenantes suivent
PROTOTYPE ECHELLE «REDUITE»	4	Prototypage en « **laboratoire** »
PROTOTYPE TAILLE «QUASI REELLE»	5	Prototype en environnement d'utilisation
PROTYPAGE DU SYSTEME	6	Test en environnement réel, performances proches de l'objectif
DEMONSTRATEUR	7	Fonctionne en environnement réel, stade pré-commercial
SYSTÈME COMPLET ET QUALIFIE	8	Process techniques et commerciaux qualifiés et testés
SYSTÈME COMMERCIALISE	9	Technologie disponible pour les clients

(Source : d'après https://www.lescahiersdelinnovation.com/qualifier-l-innovation-comprendre-les-trl/)

Modèle d'affaires et plan[17]

Une entreprise prospère apporte à ses clients un produit ou service de valeur. Dans son modèle d'affaires, une start-up définit un cadre afin d'identifier, de créer et de produire de la valeur, énonce une proposition sur la manière de générer des revenus et donne une description de la concurrence ainsi que des marchés cibles, entre autres. Un plan d'activité, en revanche, tient compte des éléments opérationnels et financiers pour exposer en détail la manière dont l'entreprise va mettre en œuvre son modèle d'affaires. Par ailleurs, le plan d'activité étant un document straté¬gique essentiel du point de vue de l'avenir de l'entreprise, le chef d'entreprise doit y inclure des projections détaillées. La plupart des chefs d'entreprise en phase de démarrage ne disposent pas de données suffisantes pour projeter avec précision les éléments cruciaux qu'un plan d'activité doit contenir.

Aux tous premiers stades de la création d'une entreprise, il est donc conseillé d'utiliser des modèles d'affaires plus souples afin de définir la proposition de valeur que l'entreprise (une fois créée) tentera de valider. Les chefs d'entreprise doivent néanmoins prendre le temps de créer un plan d'activité une fois que les éléments de base du modèle d'affaires auront été validés et que l'entreprise aura rassemblé suffisamment d'informations et de données sur le marché pour faire des projections raisonnables.

17 Un modèle d'affaires peut être créé à l'aide d'une matrice. Celle-ci donnera une représentation visuelle des éléments nécessaires à la définition d'une pro-position de valeur pour un produit ou une entreprise. Voir, par exemple, www.strate¬yzer.com/canvas/business-model-canvas.



PROTEGER VOTRE INNOVATION

Le produit ou processus innovant créé par une start-up peut être nouveau sur le marché, améliorer les performances d'un produit ou service existant, ou réduire le temps ou le coût de fabrication. Dans tous les cas, l'entreprise doit élaborer le plus rapidement possible une stratégie de propriété intellectuelle appropriée qui corresponde à son plan d'activité en l'appuyant. Une start-up dotée d'un portefeuille de propriété intellectuelle adéquat pourra protéger son espace concurrentiel et retarder ainsi l'entrée des concurrents sur le marché afin de s'établir.

Obtenir des droits de brevet et déposer des modèles d'utilité[18]

1/ Obtenir des droits de brevet

Une start-up ayant mis au point une solution technique à un problème peut envisager d'obtenir un droit de brevet pour cette solution. Pour être brevetable, une solution doit être nouvelle, inventive et utile. Si des tiers ont déjà demandé une protection par brevet pour la même solution, ou une solution similaire, l'idée ou le produit de l'entreprise peut ne pas être considéré comme nouveau, ce qui exclut la protection par brevet. Il est donc important de faire des recherches dans les bases de données de brevets pour déterminer si des solutions similaires existent déjà.

Par ailleurs, les actions mêmes d'une startup peuvent l'empêcher d'obtenir un brevet. Une invention divulguée avant le dépôt de la demande ne sera pas considérée comme nouvelle, et la demande ne répondra donc pas à l'exigence de nouveauté.

Une divulgation involontaire peut se produire, par exemple, lors de salons professionnels, dans des articles de revues spécialisées ou lors de toute discussion non confidentielle avec des tiers. Avant le dépôt d'une demande de brevet, il est donc essentiel de garder les inventions secrètes. Si la divulgation est nécessaire, par exemple dans les relations avec des fournisseurs ou clients potentiels, elle doit se faire dans le cadre d'accords de confidentialité.

Une start-up qui envisage de déposer une demande de brevet doit le faire le plus tôt possible. Ce moment intervient lorsque l'entreprise prend conscience qu'elle a peut-être la solution à un problème technique – en d'autres termes, lorsqu'elle a réalisé une invention et que des données suffisantes montrent que celle-ci est efficace. Pour protéger efficacement l'ensemble des différentes innovations et fonctions, plusieurs demandes de brevet peuvent être nécessaires.

Certaines entreprises préfèrent attendre que la version finale d'un produit soit prête avant de déposer leur demande de brevet. Il s'agit d'une stratégie risquée. Les entreprises ne sont pas obligées de commercialiser un produit avant d'en assurer la protection. Au contraire, attendre les dernières étapes de la commercialisation peut fermer d'importantes options en matière de protection. Des concurrents ou autres tiers sont peut-être en train de mettre au point des solutions techniques identiques ou similaires.

Il importe de s'assurer qu'une demande de brevet est correctement rédigée et que les revendications (qui déterminent l'étendue de la protection) couvrent les éléments essentiels de l'invention. Lorsqu'elle établit sa demande, l'entreprise doit réfléchir à la manière dont elle exploitera la technologie, et dont les concurrents potentiels pourraient l'utiliser. Lorsqu'elles déposent leur demande de brevet, les jeunes entreprises doivent également envisager les différentes manières dont leur invention pourrait être fabriquée ou déployée. Des revendications rédigées de manière suffisamment large dans la demande de brevet peuvent créer une marge de manœuvre à mesure que le marché se développe. Tant que la demande de brevet est en instance, le produit peut être perfectionné ou des demandes

18 On consultera le Guide 4 CPCCAF entièrement consacré au dépôt de Brevet **« Inventer le futur, Initiation aux brevets pour les petites et moyennes entreprises »**

supplémentaires peuvent être déposées sur la base de la divulgation initiale. Toutefois, l'ampleur des informations révélées dans la demande initiale doit être mise en parallèle avec l'intérêt que revêt la confidentialité des informations. Les deux approches peuvent présenter des avantages commerciaux.

Une demande de brevet doit être soumise à l'office des brevets compétent au niveau national ou régional. Dans l'espace OAPI, il faudra déposer sa demande, au niveau régional, auprès de l'OAPI. Afin de résoudre les problèmes techniques et d'élaborer une stratégie de propriété intellectuelle efficace, une jeune entreprise peut faire appel à un conseil en brevets pour établir la demande et gérer la procédure de délivrance du brevet.

Une demande de brevet contient plusieurs éléments. Il s'agit notamment d'une description de l'invention, de dessins et d'un résumé appelé "abrégé". Ce sont néanmoins les revendications de la demande qui déterminent l'étendue de la protection. Vous trouverez ci-après un aperçu générique[19] de la procédure de demande, qui est gérée de manière différente selon le pays.

Rappel des règles générales :

Phase 1
Examen quant à la forme : l'OAPI examine la demande pour s'assurer qu'elle est conforme aux exigences ou formalités administratives. **(Par exemple, les documents pertinents ont-ils tous été inclus ? Les taxes ont-elles été payées ?)**

Phase 2
Recherche : l'OAPI effectue une recherche pour déterminer si l'invention est nouvelle. Au cours de l'examen quant au fond (voir ci-après), sont utilisées les brevets, les demandes de brevet et d'autres informations publiques[20] révélées par la recherche.

Phase 3
Examen quant au fond : l'OAPI détermine si la demande répond aux conditions de brevetabilité. Le déposant a la possibilité de répondre à toute objection soulevée au cours de l'examen, ou de modifier la demande.

Phase 4
Publication de la demande : une demande de brevet est publiée 18 mois après la date du premier dépôt.

Phase 5
Délivrance : si le résultat de l'examen est positif, l'OAPIdélivre un brevet et émettent un certificat de délivrance (cas général).

Phase 6
Opposition : de nombreux offices des brevets prévoient une période durant laquelle des tiers peuvent s'opposer à la délivrance d'un brevet, par exemple au motif que l'invention revendiquée n'est pas nouvelle. Dans l'espace OAPI, l'opposition peut avoir lieu dans un délai de trois mois à compter de la publication de la demande. Après l'expiration de la période d'opposition, la révocation est faite par le titulaire.

Pour qu'une invention soit brevetable, elle doit être nouvelle, impliquant une activité inventive et susceptible d'application industrielle. L'obtention d'un brevet est donc subordonnée à trois (3) critères obligatoires:

L'invention doit être "nouvelle": Une invention est nouvelle, si elle n'a pas d'antériorité ou ne fait pas partie de l'état de la technique. Il ressort de ce texte que l'état de la technique désigne toutes les connaissances techniques pertinentes à la disposition du public, où que ce soit dans le monde, avant la première date de dépôt de la demande de brevet en question. Il comprend notamment les brevets, les demandes de brevet et la littérature non-brevet de toutes sortes.

19 Voir les pages 25 et 26 de la publication de l'OMPI Inventer le futur (2018) à l'adresse www.wipo.int/ edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_917_1.pdf.

20 L'"état de la technique" pertinent pour la question de la brevetabilité potentielle de l'invention.

Les actes qui détruisent la nouveauté : Plusieurs actes peuvent être considérés comme pouvant détruire le critère de la nouveauté en matière de brevetabilité. Ainsi, si quelqu'un d'autre a déjà breveté ce que vous considérez comme un nouveau produit, procédé ou ajustement technique, votre invention ne sera pas nouvelle. L'invention ne sera pas non plus considérée comme nouvelle si elle a été divulguée publiquement avant le dépôt d'une demande. Cette divulgation publique peut se faire par des essais, une collaboration avec un tiers ou par la publicité.

L'OAPI a mis en place un **"délai de grâce"**, c'est-à-dire que si la divulgation a été faite pendant ce délai de grâce, l'obtention d'un brevet est encore possible. C'est pourquoi la nouveauté d'une invention n'est pas mise en échec si, dans les douze (12) mois précédant le jour du dépôt de la demande de brevet, cette invention a fait l'objet d'une divulgation résultant d'un abus manifeste à l'égard du déposant de la demande ou de son auteur, ou du fait que le déposant de la demande ou son auteur l'a exposée dans une exposition internationale officielle ou officiellement reconnue.

L'invention doit impliquer une "activité inventive": Une invention est considérée comme impliquant une activité inventive ou comme ayant un caractère non évident quand, compte tenu de l'état de la technique, l'invention n'aurait pas été évidente pour une personne du métier dans le domaine technique considéré. Une invention est considérée comme résultant d'une activité inventive si, pour un homme du métier ayant des connaissances et une habileté moyenne, elle ne découle pas d'une manière évidente de l'état de la technique à la date du dépôt de la demande de brevet ou bien, si une priorité a été revendiquée, à la date de la priorité valablement revendiquée pour cette demande. La condition de non-évidence vise à faire en sorte que les brevets soient délivrés seulement pour des réalisations impliquant véritablement une activité créative et inventive et non pour des améliorations qu'une personne possédant des compétences normales peut aisément déduire de l'état de la technique existante.

L'invention doit être "susceptible d'application industrielle": Une invention est susceptible d'application industrielle si son objet peut être fabriqué ou utilisé dans tout genre d'industrie. Le terme industrie doit être compris dans le sens le plus large, c'est-à-dire qu'il couvre notamment l'artisanat, l'agriculture la pêche et le service. Une invention ne peut pas être un simple phénomène théorique; elle doit être utile et offrir certains avantages pratiques.

L'invention ne doit pas figurer sur une liste de choses qui, par définition, ne sont pas brevetables : L'Accord de Bangui exclut certains types d'inventions de la protection par brevet. Ne peuvent être donc brevetables, les inventions dont l'exploitation est contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, les méthodes de traitement du corps humain ou animal par la chirurgie ou la thérapie ainsi que les méthodes de diagnostic, l'invention qui a pour objet des variétés végétales, races animales, procédés essentiellement biologiques d'obtention de végétaux ou d'animaux, autres que procédés microbiologiques et produits obtenus par ces procédés. Cette catégorie d'exclusion n'est pas exhaustive. Elle n'est qu'à titre indicative. L'on pourrait inclure dans les exclusions, les programmes d'ordinateurs dans la mesure où ces derniers sont protégés dans l'espace OAPI, en principe, par le droit d'auteur sauf s'ils permettent d'aboutir à un aspect technique.

En tout état de cause, il peut être difficile de déterminer si une invention particulière entre dans une catégorie exclue pour un pays donné et il peut être utile de consulter un expert pour analyser le potentiel de protection d'une invention donnée.

DEPOT DE BREVET SUR LA ZONE OAPI : définitions, protection proposée, modes de dépôts, constitutions des dossiers, demandes (PCT), délivrance des titres, maintien en vigueur des droits et recours[21]

Définitions OAPI :

Invention : Une solution technique à un problème.
Brevet : Titre conféré pour protéger une invention. Peut constituer un brevet d'invention, une invention nouvelle, impliquant une activité inventive et susceptible d'application industrielle.
Certificat d'addition : Titre délivré pour protéger les changements, perfectionnements ou additions apportés à un brevet par le breveté ou ses ayants droit pendant toute la durée de vie du brevet. Le certificat d'addition obéit aux mêmes critères de forme et de fond que le brevet.

N.B. : Le brevet ou le certificat d'addition délivré par l'OAPI confère à son titulaire l'exclusivité de l'exploitation industrielle pendant un temps limité, sur un territoire donné.

DUREE DE PROTECTION ZONE OAPI

1°) Quelle est la durée de protection d'un brevet ?
La durée de protection d'un brevet délivré par l'OAPI est de vingt (20) ans au maximum à compter de la date de dépôt.
2°) Qu'en est-il du certificat d'addition ?
La durée de protection du certificat d'addition prend effet à compter de sa date de dépôt et prend fin à l'expiration de la durée de validité normale du brevet principal auquel il est rattaché.
3°) La nullité du brevet principal entraîne-t-elle celle du certificat d'addition ?
La nullité du brevet principal n'entraîne pas systématiquement celle du certificat d'addition, à condition que les annuités[22] continuent à être payées par le titulaire du certificat.

MODES DE DEPOTS SUR LA ZONE OAPI

1°) Où et comment peuvent s'effectuer les dépôts ?
Une demande de brevet ou de certificat d'addition peut être déposée directement à l'OAPI ou à la Structure Nationale de Liaison avec l'OAPI (SNL)[23] .

Les dépôts directs sont :
- effectués auprès du bureau chargé de l'accueil, à l'OAPI ;
- introduits, les jours fériés et en dehors des heures de travail, dans une boîte expressément prévue à cet effet, à l'OAPI ;
- envoyés par courrier adressé à Monsieur le Directeur Général de l'OAPI.

21 Voir document complet OAPI sur le dépôt de brevet : https://www.droit-afrique.com/upload/doc/oapi/OAPI-Guide-depot-brevet.pdf
22 Il s'agit de taxes payables annuellement pour maintenir en vigueur les droits liés à un titre délivré.
23 Relais national de l'OAPI auprès des Ministères chargés de l'Industrie de chaque Etat membre (voir Annexe 1)

N.B. : Tout ceci à la convenance du déposant.

2°) Et si l'on réside hors du territoire OAPI ?

Si l'on réside hors des territoires des Etats membres, on doit effectuer son dépôt par l'intermédiaire d'un mandataire agréé auprès de l'Organisation (voir liste de mandataires agréés en Annexe 1).

Cependant, les résidents peuvent aussi, s'ils le veulent, avoir recours aux services d'un mandataire.

CONSTITUTION DU DOSSIER TYPE OAPI

1°) Quels sont les éléments constitutifs d'une demande de brevet ou de certificat d'addition ?

Une demande doit comprendre :
a) une requête (formulaire B101) à retirer à l'OAPI ;
b) un pli cacheté renfermant en double exemplaire :
- une description détaillée de l'objet de l'invention devant permettre à l'homme du métier de reproduire ledit objet ;
- des revendications ;
- des planches éventuelles de dessins ;
- un abrégé descriptif de l'objet de l'invention.

c) le justificatif de paiement des taxes exigibles[24] ;
d) un pouvoir de mandataire si le déposant est représenté par un mandataire.

2°) Et dans le cas d'une revendication de priorité ?

Dans le cas d'une revendication de priorité, le déposant doit joindre à son dossier, au plus tard, dans un délai de six (6) mois à compter de la date de dépôt à l'OAPI :

- un document de priorité (plus une traduction de celui-ci en français ou en anglais) indiquant le numéro et la date de la priorité revendiquée ainsi que le pays d'origine de cette priorité ;

- un document de cession de priorité (plus une traduction de celui-ci en français ou en anglais) par lequel le titulaire de la priorité antérieure autorise le déposant à se prévaloir de ladite priorité.
Il est à noter que la date de prise d'effet des règlements sont arrêtées comme suit :

24 Aucune demande n'est recevable si les taxes de dépôt et de publication ne sont acquittées (voir ci-après, les taxes)

MODE DE VERSEMENT / DATE DE PRISE D'EFFET

Mandat lettre Date - > indiquée sur le cachet de la poste au départ
Mandat carte - > Date indiquée sur le cachet de la poste au départ
Mandat télégraphique - > Date indiquée sur le cachet de la poste à l'arrivée
Chèque bancaire - > Date de réception à l'OAPI
Espèces - > Date de versement à la caisse de l'OAPI
Virement - > Date du crédit sur le compte OAPI
Versement en compte - > Date du reçu du versement
N.B : En cas d'incident de paiement d'un chèque, la date sera celle du règlement de régularisation.

DEMANDES INTERNATIONALES (PCT) TYPES OAPI

1°) Quelles sont les procédures de dépôt pour les demandes internationales ?
Celles-ci sont déposées auprès de l'office récepteur, la date de dépôt étant celle attribuée par ledit office. Le bureau international (OMPI) tient lieu actuellement d'office récepteur pour l'OAPI.

2°) Qu'en est-il des demandes n'ayant fait l'objet que d'une recherche internationale ?

Les demandes n'ayant fait l'objet que d'une recherche internationale (article 22 Chapitre I du PCT) doivent entrer en phase OAPI au plus tard dans un délai de vingt (20) mois à compter de la date de la priorité revendiquée. Cependant, celles ayant fait l'objet d'un examen préliminaire international (Article 39 Chapitre II du PCT) doivent entrer en phase OAPI au plus tard dans un délai de trente (30) mois à compter de la date de la priorité revendiquée.

DELIVRANCE DES TITRES PAR l'OAPI

1°) A quel moment s'effectue la délivrance du brevet ou du certificat d'addition ?
Le brevet ou le certificat d'addition est délivré dès que toutes les exigences de procédure sont respectées et toutes les taxes exigibles acquittées.

2°) Le droit d'ajournement est-il automatique pour toute demande ? Non…ceux qui ont bénéficié de délais dans le cadre de la Convention de Paris ou d'autres conventions internationales auxquelles les Etats membres de l'OAPI sont parties, ne sauraient bénéficier du droit à l'ajournement.

MAINTIEN EN VIGUEUR DES DROITS PAR l'OAPI

1°) Sous quelles conditions se fait le maintien en vigueur d'un titre délivré ?
Les droits rattachés à une demande de brevet ou à un brevet sont maintenus en vigueur moyennant paiement des annuités, au plus tard à la date anniversaire du dépôt.

Une annuité est encore recevable dans un délai de six (6) mois à compter de sa date d'échéance, moyennant paiement d'une pénalité de retard. Au-delà de ce délai de grâce de six (6) mois, le brevet est déchu.

2°) Un brevet déchu tombe-t-il ipso facto dans le domaine public ? Oui. Toutefois, le breveté ou ses ayants droit peuvent obtenir le rétablissement des droits selon une procédure de restauration auprès de l'Organisation[25].

3°) Qu'en est-il pour les demandes internationales ? Pour les demandes internationales, la date d'échéance de l'annuité sera la date anniversaire du dépôt international. Ainsi, toute annuité due à la date d'entrée en phase OAPI, devra être acquittée à cette date.

RECOURS AUPRES DE L'OAPI

Toute décision de rejet d'une demande de brevet ou de certificat d'addition est susceptible d'un recours auprès de la Commission Supérieure de Recours. La décision de ladite Commission est sans appel.

25 Pour les modalités de restauration, adressez-vous à la SNL de votre pays, à votre mandataire ou directement à l'OAPI, selon les cas.

2/ Déposer des modèles d'utilité

Les modèles d'utilité (aussi dénommés "brevets à court terme", "petits brevets" ou "brevets d'innovation") représentent une solution utile à la protection des droits de propriété dans de nombreux pays, certains types d'inventions mineures ou certaines adaptations mineures de produits existants peuvent être protégés en tant que « modèles d'utilité ».

Peuvent constituer un modèle d'utilité, les instruments de travail ou des objets destinés à être utilisés ou les parties de cet instrument ou objets pour autant qu'ils soient utiles au travail ou à l'usage auquel ils sont destinés à une configuration nouvelle, à un arrangement ou à un dispositif nouveau et qu'ils soient susceptibles d'application industrielle. Dans l'espace OAPI, les modèles d'utilité constituent une alternative aux brevets en raison de leurs critères de validité qui sont presque semblables et qui peuvent également être moins chers par rapport au brevet d'invention. Cette invention est considérée dans l'espace OAPI, comme étant **« un petit brevet »**.[26]

En général, par rapport aux brevets, les systèmes de modèles d'utilité sont moins exigeants et nécessitent des niveaux d'innovation moins élevés. Il en résulte des procédures plus simples qui se traduisent souvent par des délais de délivrance plus courts, ce qui en fait un outil plus rapide à utiliser contre les auteurs d'atteintes aux droits de propriété intellectuelle. Toutefois, du fait de l'examen moins rigoureux effectué pour les modèles d'utilité, ces derniers ont plus de chances d'être invalidés lorsqu'ils sont examinés dans le

26 Voir le guide du déposant « Modèle d'utilité » OAPI : https://liziba.cg/wp-content/uploads/2021/04/OAPI-Guide-depot-modele-utilite-1.pdf

cadre d'une procédure judiciaire. Si la rapidité est une préoccupation majeure, il se peut que certains pays hors de l'espace OAPI aient également prévu des dispositions visant à accélérer l'examen des brevets ordinaires, ou une réduction des taxes par exemple pour les petites entités, qui devraient être prises en considération lors du choix entre une demande de brevet ou une demande de modèle d'utilité. Par conséquent, veuillez demander conseil à votre agent de brevets ou à votre conseiller en brevets local ou mandataire, ou encore la structure nationale de liaison de votre pays, qui déterminera si un modèle d'utilité est une bonne alternative à un brevet dans votre cas.

Les conditions validités des modèles d'utilités :

Les instruments ou les objets doivent être **nouveaux et susceptibles d'application industrielle.** En effet, les instruments ou objets sont considérés comme nouveaux, si à la date du dépôt de la demande auprès de l'Organisation, ils ont été décrits dans des publications ou s'ils ont été notoirement utilisés depuis au moins six (6) mois sur le territoire de l'un des Etats membres de l'Organisation ou sur le territoire d'un Etat tiers.

La nouveauté n'est pas mise en échec si, dans les douze (12) mois précédant la date de dépôt de la demande, l'instrument ou l'objet ou les parties de l'un ou de l'autre ont fait l'objet d'une divulgation résultant :

• soit d'un abus manifeste à l'égard du déposant de la demande ou de son prédécesseur en droit ;
• soit du fait que le déposant de la demande ou son prédécesseur en droit les a exposés dans une exposition internationale officielle ou officiellement reconnue.

Un modèle d'utilité est considéré comme **susceptible d'application industrielle,** si son objet peut être fabriqué ou utilisé dans tout genre d'industrie. Le terme **« industrie »** doit être compris dans le sens le plus large en prenant en compte aussi l'artisanat, l'agriculture, la pêche et les services.

Ne peut faire l'objet d'enregistrement, le modèle d'utilité qui serait contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, à la santé publique, à l'économie nationale ou à la défense nationale ou si le modèle d'utilité basé sur une demande antérieure ou une demande bénéficiant d'une priorité antérieure. La durée de la protection conférée par le certificat d'enregistrement d'un modèle d'utilité expire au terme de la dixième année à compter de la date de dépôt de la demande d'enregistrement.

DEPOT DES MODÈLES D'UTILITÉ SUR LA ZONE OAPI :

Définition

Les modèles d'utilités sont des instruments ou un objet destiné à être utilisé ou les parties de cet instrument/objet utile au travail ou à l'usage auquel il est destiné grâce à une configuration ou à un dispositif nouveau et qui soit susceptible d'application industrielle.

Durée de protection

La durée de protection du modèle d'utilité délivré par l'OAPI est de huit (08) ans au maximum à compter de la date de dépôt.

Procédure

Une demande de certificat d'enregistrement de modèle d'utilité peut être déposée directement à l'OAPI ou à la Structure Nationale de Liaison avec l'OAPI (SNL)[27].

Les dépôts directs sont :
- effectués auprès du bureau chargé de l'accueil, à l'OAPI ;
- introduits, les jours fériés et en dehors des heures de travail, dans une boîte expressément prévue à cet effet, à l'OAPI ;
- envoyés par courrier adressé à Monsieur le Directeur Général de l'OAPI.

Et si l'on réside hors du territoire OAPI ? Si l'on réside hors des territoires des Etats membres, on doit effectuer son dépôt par l'intermédiaire d'un mandataire agréé auprès de l'Organisation (voir liste de mandataires agréés en annexe). Cependant, les nationaux peuvent aussi, s'ils le veulent, avoir recours aux services d'un mandataire.

Quels sont les éléments constitutifs d'une demande de certificat d'enregistrement de modèle d'utilité ?

Une demande doit comprendre :
a) une requête (formulaire MU201) à retirer à l'OAPI ;
b) un pli cacheté renfermant en double exemplaire :
- une description détaillée de l'objet de l'invention devant permettre à l'homme du métier de reproduire ledit objet ;
- des revendications ;
- des planches éventuelles de dessins ;
- un abrégé descriptif de l'objet de l'invention.

c) le justificatif de paiement des taxes exigibles (aucune demande n'est recevable si les taxes de dépôt et de publication ne sont acquittées et en cas d'incident de paiement d'un chèque, la date sera celle du règlement de régularisation) ;
d) un pouvoir de mandataire si le déposant est représenté par un mandataire ;
e) un pouvoir de mandataire si le déposant est représenté par un mandataire.
f) Dans le cas d'une revendication de priorité, le déposant doit joindre à son dossier ;
au plus tard, dans un délai de six(6) mois à compter de la date de dépôt à l'OAPI :

- un document de priorité (plus une traduction de celui-ci en français ou en anglais) indiquant le numéro et la date de la priorité revendiquée ainsi que le pays d'origine de cette période ;
- un document de cession de priorité (plus une traduction de celui-ci en français ou en anglais) par lequel le titulaire de la priorité antérieure permet au déposant de se prévaloir de ladite priorité.

27 Voir Annexe 1 la liste des SNL.

Transformation d'une demande de brevet en une demande de brevet d'utilité :

Quiconque a déposé une demande de brevet d'invention peut la transformer en une demande de modèle d'utilité avant un délai de 30 jours à compter de la signification par l'Organisation du rejet de la demande de brevet ou 4 ans à compter de la date de dépôt de la demande de brevet, le délai qui expire le plus tard devant être considéré.

Cas des demandes internationales (PCT)

Les demandes internationales sont déposées auprès de l'office récepteur, la date de dépôt étant celle attribuée par ledit office. Le bureau international (OMPI) tient lieu actuellement d'office récepteur pour l'OAPI. Les demandes n'ayant fait l'objet que d'une recherche internationale (Chapitre I du PCT) doivent entrer en phase OAPI au plus tard dans un délai de vingt (20) mois à compter de la date de la priorité revendiquée. Les demandes ayant fait l'objet d'un examen préliminaire international (Chapitre II du PCT) doivent entrer en phase OAPI au plus tard dans un délai de trente (30) mois à compter de la date de la priorité revendiquée.

Délivrance

Lorsque toutes les exigences de procédure sont respectées et toutes les taxes exigibles acquittées, le modèle d'utilité est délivré. Toutefois, sur requête du déposant, l'Organisation peut procéder à l'ajournement de la délivrance pour une période ne dépassant pas 12 mois à compter de la date de dépôt. Cependant, ceux qui ont bénéficié de délais dans le cadre de la Convention de Paris ou d'autres conventions internationales auxquelles les Etats membres de l'OAPI sont parties, ne sauraient bénéficier du droit à l'ajournement.

Maintien en vigueur des droits

Les droits rattachés à une demande de modèle d'utilité ou à d'un modèle d'utilité sont réputés en vigueur pour une période de cinq ans à compter de la date de dépôt. La validité du titre peut être étendue à huit (08) ans, moyennant introduction d'une demande en prolongation au plus tôt six (6) mois et au plus tard un (01) mois avant la date d'expiration de la période suscitée de cinq (5) ans. Dans le cas où cette prolongation n'a pas été demandée dans le délai imparti, la demande peut être encore reçue 6 mois après cette **date « butoir »** moyennant paiement d'une taxe de retard. Au-delà de ce délai de grâce de 6 mois, le modèle d'utilité est déchu. Toutefois, le titulaire ou ses ayants droit peuvent obtenir le rétablissement des droits selon une procédure de restauration auprès de l'Organisation. Pour les modalités de restauration, adressez-vous à la SNL, à votre mandataire ou directement à l'OAPI, selon les cas. Pour les demandes internationales, la date d'échéance de la prolongation sera à un mois de la 5ème année anniversaire de la date du dépôt international.

Recours

Toute décision de rejet d'une demande de modèle d'utilité est susceptible d'un recours auprès de la Commission Supérieure des Recours. La décision de ladite Commission est sans appel.

En résumé : Processus du dépôt de brevet/modèle d'utilité auprès de l'OAPI :

- **Dépôt :** Directement auprès du siège de l'OAPI à Yaoundé ou de la SNL de chacun des pays – par voie postale
- Droit de priorité : 12 mois
- **Objet de la protection :** Solution technique relative à un produit ou à un procédé nouveau, inventif et d'application industrielle
- **Durée de protection :** 20 ans à compter du premier dépôt de la demande de brevet / 10 ans à compter du premier dépôt de la demande
- **Qui peut déposer ?** Toute personne physique ou morale, nationale ou étrangère, via un mandataire si le demandeur ne réside pas dans l'espace OAPI
- **Coûts (hors honoraires d'un conseil juridique) :** http://www.oapi.int/index.php/fr/services/brevet-2/taxes

Il convient de faire preuve d'une attention particulière lors du dépôt d'une demande de titre de propriété intellectuelle qui créerait une titularité conjointe. Dans de tels cas, les parties supposent souvent à tort qu'elles partageront la propriété intellectuelle, généralement à parts égales. En fait, la propriété conjointe accorde à chaque partie tous les droits de propriété intellectuelle[28]. La demande conjointe semble être une solution simple lorsque les parties ne parviennent pas à s'entendre sur l'identité du propriétaire de la propriété intellectuelle.

Dans la pratique, la gestion et l'exploitation de la propriété intellectuelle détenue conjointement peuvent s'avérer difficiles, notamment pour les brevets, et les droits de chaque partie doivent être traités dans des accords distincts. Si les cotitulaires ne rédigent pas de convention solide, il peut en résulter un conflit d'intérêts, ce qui peut donner lieu à des plaintes pour rupture de contrat. Il est conseillé de consulter un avocat expérimenté en propriété intellectuelle avant d'accepter de déposer conjointement une demande de protection de la propriété intellectuelle.

Garantir la protection du secret des affaires

Les informations confidentielles, notamment les stratégies de marché, les méthodes de fabrication et les listes de clients, sont probablement les actifs les plus précieux que possède une start-up, surtout à ses débuts. La protection[29] de ces actifs au moyen de secrets d'affaires est donc essentielle.

Les jeunes entreprises doivent dès que possible définir leurs secrets d'affaires et décider comment les protéger. Il n'existe pas de procédure d'enregistrement formelle pour la protection des secrets d'affaires.

Des mesures raisonnables doivent néanmoins être mises en place pour qu'il soit possible de bénéficier de la protection. Il peut notamment s'agir des mesures suivantes :

- Limiter l'accès à l'information à ceux qui ont "besoin de savoir" ;
- Restreindre physiquement l'accès des tiers à l'information. Par exemple, contrôler l'accès aux biens de l'entreprise et aux zones sensibles, notamment les laboratoires ;
- Établir des procédures pour éviter la fuite d'informations, en tenant notamment compte de la facilité avec laquelle les informations peuvent désormais être transportées sous forme numérique ;

28 Voir Kim, S., V. Lipton (2012). "Joint Ownership of IP Around the World."Dans Les Nouvelles. Licensing Executives Society International

29 Le "savoir-faire" peut être un secret d'affaires. Ce terme fait généralement référence à un ensemble plus large de connaissances et de compétences commerciales internes qui constitueraient un secret d'affaires si les conditions requises étaient remplies.

- Contrôler l'accès aux fichiers et aux serveurs informatiques, en utilisant la protection par mot de passe et les pares-feux ;

- Conclure des accords de non-divulgation avec les employés, les fournisseurs et les partenaires ;

- Interdire à ceux qui reçoivent des informations confidentielles de les divulguer ou d'en faire un usage non autorisé ;

- Former les salariés aux politiques relatives aux secrets des affaires et mettre en œuvre des mesures pratiques pour protéger les secrets d'affaires de l'entreprise.

Sachez que la protection des secrets d'affaires varie considérablement d'un pays à l'autre, tant en ce qui concerne les objets protégés que la manière dont le secret d'affaires est appliqué.

Protection par le droit d'auteur

Contrairement à ce qui se passe pour les droits attachés à des marques, des dessins et modèles ou des brevets, aucun enregistrement n'est nécessaire pour l'obtention du droit d'auteur, et aucune mention de réserve du droit d'auteur n'est requise pour bénéficier de la protection. Le droit d'auteur est réputé exister dès la création d'une œuvre susceptible de protection. Il est néanmoins recommandé d'enregistrer les éléments clés susceptibles de protection auprès du bureau national du droit d'auteur dans les pays qui offrent cette possibilité. Pour les pays membres de l'OAPI, le droit d'auteur reste largement encadré par le droit national. **Le site de l'OAPI précise les éléments par pays : http://www.oapi.int/index.php/fr/services/2017-03-10-06-46-19/taxes/itemlist/category/107-propriete-litteraire-et-artistique**

L'enregistrement établit une date présumée de création et de propriété, ce qui aide les créateurs à faire respecter leur droit d'auteur et à se défendre en cas de plainte pour atteinte aux droits de tiers. Les jeunes entreprises doivent, dans la mesure du possible, assortir toute œuvre et tout document d'une mention de réserve du droit d'auteur (©), afin de faire savoir aux tiers que le droit d'auteur a été revendiqué et de faciliter le paiement des redevances, le cas échéant. Pour les œuvres numériques, il est judicieux d'inclure des informations sur le droit d'auteur (et les droits connexes) dans les métadonnées, et d'utiliser les formats et identifiants standard du secteur, lorsqu'ils sont disponibles, pour faciliter la répartition des redevances et autres formes de paiement.

Dans les Etats membres de l'OAPI, il est utile d'indiquer une mention de réserve du droit d'auteur pour indiquer le statut du droit d'auteur sur l'œuvre. C'est pourquoi, il est fortement conseillé de faire apparaître une telle mention sur l'œuvre ou en rapport avec celle-ci, car cela rappelle aux autres que l'œuvre est protégée et révèle l'identité du titulaire du droit d'auteur. Cette identification facilite la tâche de tous ceux qui souhaiteraient obtenir votre autorisation préalable d'utiliser l'œuvre. L'indication d'une mention de réserve du droit d'auteur constitue une mesure de précaution très efficace et peu coûteuse. Elle n'entraîne aucune dépense supplémentaire importante et peut générer des économies en dissuadant les tiers de copier votre œuvre et en facilitant l'obtention d'une autorisation préalable grâce à une identification plus facile du titulaire du droit d'auteur.

LE DROIT D'AUTEUR DANS LES PAYS DE LA ZONE OAPI : LE POINT

La Propriété littéraire et Artistique est régie par l'Annexe 7 de l'Accord de Bangui ; les textes distinguent les droits moraux (intransmissibles, imprescriptibles et inaliénables) et les droits patrimoniaux (droits d'utilisation de l'œuvre) qui ont effet pendant toute la durée de la vie de son titulaire et 50 ans après son décès. Pour la plupart des œuvres, et dans l'espace OAPI, les droits patrimoniaux sur une œuvre sont protégés pendant la vie de l'auteur plus une période supplémentaire d'au moins 50 ans après sa mort. (Art. 26 Annexe 7).

Le droit d'auteur est acquis du seul fait de sa création sans enregistrement formel obligatoire auprès de l'OAPI. Cependant, chacun des 17 états membres dispose d'une législation propre en matière de droit d'auteur. En ce sens, l'Accord de Bangui peut coexister avec des lois nationales si elles existent.

DISTINGUER VOTRE PRODUIT SUR LE MARCHE

Il ne suffit pas de mettre au point un produit ou service qui résout un problème ou améliore des solutions existantes, et de le protéger au moyen de droits de propriété intellectuelle. Une start-up doit également attirer les consommateurs et être compétitive. Les consommateurs veulent pouvoir trouver facilement les produits dont ils ont besoin et auxquels ils font confiance. Lorsque c'est le cas, ils sont davantage susceptibles de les acheter à nouveau.

Il est donc important qu'une start-up réfléchisse au plus vite à la manière dont elle va créer une identité distincte pour son produit. À ce titre, elle doit choisir un nom, un logo ou un autre signe qui permette aux consommateurs de l'identifier et de s'en souvenir facilement. Elle peut également envisager de donner une apparence extérieure particulière au produit afin de le rendre attrayant. Ces éléments peuvent être protégés par des marques, des droits de dessin ou modèle ou par le droit d'auteur et sont des composantes importantes d'une stratégie de commercialisation efficace.

Avant de choisir un nom accrocheur ou de créer un dessin ou modèle attrayant, l'entreprise doit vérifier qu'aucun tiers n'a enregistré le même nom, ou un nom similaire, pour des produits similaires, ni déposé de demande pour un dessin ou modèle identique ou similaire. Les bases de données gratuites sur les marques et les dessins et modèles permettent de déterminer si une marque ou un dessin ou modèle identique ou similaire a déjà été enregistré.

Cette vérification permet aux jeunes entreprises de ne pas perdre de temps à mettre au point une stratégie de commercialisation autour d'un nom ou d'un dessin ou modèle qu'elles ne peuvent pas utiliser. En outre, elle les protège contre le risque que des tiers prennent des mesures pour empêcher l'utilisation d'un nom ou d'un dessin ou modèle qu'ils jugent trop similaire au leur. Les erreurs peuvent s'avérer coûteuses. La start-up peut être contrainte de revoir la conception de son produit ou d'élaborer une nouvelle stratégie de commercialisation, dans certains cas même si la marque ou le dessin ou modèle n'est pas enregistré mais simplement utilisé sur le marché. Il est donc fortement recommandé de procéder à une recherche en ligne minutieuse dès que possible.

La recherche doit couvrir les marchés locaux, mais aussi les marchés étrangers que l'entreprise souhaite cibler. Une première recherche peut être effectuée dans les bases de données nationales et les bases de données de l'OMPI[30] et de l'OAPI (http://www.oapi.int/index.php/fr/component/k2/item/556-recherche-en-ligne) ; des informations plus détaillées peuvent être fournies par des prestataires de services privés présents sur la zone des pays membres de l'OAPI (Voir Annexe 1).

Obtenir un droit de marque

D'une manière générale le droit de marque peut être obtenu en déposant une demande d'enregistrement de marque. Dans certains pays, il est possible de protéger des marques non enregistrées du simple fait de leur utilisation dans le commerce. Cependant, une marque enregistrée offre la protection la plus solide et l'enregistrement est le moyen le plus sûr de se construire une image de marque, de susciter la confiance des consommateurs et d'établir sa réputation.

Rappel général des procédures internationales :

Phase 1

Formulaire de demande : pour commencer, un déposant doit soumettre un formulaire de demande d'enregistrement de marque dûment rempli. Celui-ci comprendra les coordonnées de l'entreprise, une illustration graphique de la marque (un format particulier peut être requis) et une indication des produits et services pour lesquels la demande est déposée. (Les produits sont généralement classés selon la Classification internationale des produits et services). Les taxes requises doivent également

30 Voir https://ipportal.wipo.int.

être payées. Les formulaires sont disponibles auprès de l'office des marques ou en ligne ; dans de nombreux pays, l'ensemble de la demande peut être remplie en ligne. Certains offices des marques peuvent également exiger une preuve d'utilisation de la marque ou une déclaration d'intention d'utiliser la marque.

Phase 2

Examen quant à la forme : l'OAPI examine la demande pour s'assurer qu'elle est conforme aux exigences administratives. (Par exemple, le formulaire de demande a-t-il été correctement rempli ? La taxe de dépôt de la demande a-t-elle été payée ?).

Phase 3

Examen quant au fond : l'OAPI ne vérifie si la marque proposée doit être rejetée pour des motifs absolus (ex : contraire à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou aux lois…).

Phase 4

Publication et opposition : dans l'espace OAPI la marque est publiée dans un bulletin, et les tiers peuvent s'opposer à l'enregistrement dans un délai de trois mois à compter de la publication. Dans d'autres pays, les nouvelles marques ne sont publiées qu'après leur enregistrement, après quoi il est possible de demander la radiation de l'enregistrement dans un délai déterminé.

Phase 5

Enregistrement : en l'absence de motifs de refus, la marque est enregistrée et un certificat d'enregistrement généralement valable pour une durée de 10 ans est délivré.

Phase 6

Renouvellement : la marque peut être indéfiniment renouvelée moyennant le paiement des taxes de renouvellement prescrites, mais l'enregistrement peut être radié dans sa totalité ou pour certains produits ou services si la marque n'est pas utilisée pendant un certain laps de temps (précisé dans la législation pertinente).

Dans l'espace OAPI pour que la marque soit valable, elle doit remplir certains critères de fond : le signe choisi à titre de marque doit être visible ou sonore, distinctif, disponible et licite. En outre, en plus des conditions de fond, ledit signe doit également être soumis au respect de certaines conditions de forme.

S'agissant des critères de fond, le signe est visible ou sonore s'il est perceptible et reproductible c'est-à-dire qu'on peut le matérialiser ou tout simplement le reproduire.

Le caractère distinctif ou arbitraire de la marque signifie que celle-ci doit permettre d'identifier un produit ou service parmi les produits et services de même nature proposés par les concurrents. Certains signes ne sont pas distinctifs. Il s'agit de signes génériques ou nécessaires qui sont par définition, la désignation ordinaire, habituelle ou courante du produit. Par exemple : le mot « siège » comme marque d'un « fauteuil » ou « parfum de voyage » pour du « parfum » ou encore « céréales » pour une marque de riz ou de maïs. Un autre signe ou une indication constituant la composition du produit. Par exemple « Eau pure » ou « H2O » pour désigner de l'eau. Le signe doit être également disponible. En effet, pour constituer une marque valable, un signe ne doit pas entrer en conflit avec un droit antérieur. C'est-à-dire que le dépôt d'un signe ne doit pas porter atteinte à des droits ou prérogatives déjà détenus par des tiers sur le territoire de l'espace OAPI. C'est le problème d'antériorité qui peut être constitué soit par des signes distinctifs protégés par l'Accord de Bangui (exemple de la marque, l'indication géographique et le nom commercial), soit par des signes non protégés par l'Accord de Bangui (la dénomination sociale et le nom de domaine), soit par une création littéraire et artistique, soit enfin par un droit de la personnalité.

Quant à la licéité du signe, il s'agit de la conformité à l'ordre public et aux bonnes mœurs, et au respect des interdictions spéciales de l'utilisation de

certains signes. C'est le cas par exemple d'un signe constitué par un slogan subversif ou incitant à la haine ethnique, de termes grossiers ou d'images obscènes ou encore vulgaires.

Ne peut être adopté comme marque, un signe qui est susceptible de tromper le public sur une caractéristique du produit ou du service telle que la composition, l'origine géographique, la nature ou les qualités.

Sont également interdits par la loi ou des conventions internationales, les signes reproduisant ou imitant, totalement ou partiellement les signes officiels d'un Etat ou d'une Organisation Internationale. Sauf autorisation de l'autorité compétente de cet Etat ou de cette organisation. Ainsi, une marque ne peut contenir des drapeaux ou autres emblèmes, signes ou sigles d'un Etat.

Le droit de marque ne s'acquiert qu'à la suite d'un dépôt suivi d'un enregistrement de la marque. Toutefois, l'usage d'un signe à titre de marque peut être pris en considération et lui conférer une certaine protection. C'est le cas des marques notoires non enregistrées.

DEPOT DE MARQUES SUR LA ZONE OAPI : définitions, constitutions des dossiers, modes de dépôts, délivrance des titres, durée de la protection, inscription au registre et recours[31] :

Définition OAPI :

La marque de produits ou de services est un signe visible utilisé ou que l'on se propose d'utiliser pour distinguer les produits ou services d'une entreprise quelconque de ceux de ses concurrents. Les signes admis comme marques sont multiples ; nous pouvons citer en guise d'exemples :

- les noms patronymiques ;
- les dénominations particulières, arbitraires ou de fantaisie ;
- la forme caractéristique du produit ou son conditionnement ;
- les étiquettes, enveloppes, emblèmes, empreintes, timbres, cachets, vignettes…

La marque peut être individuelle ou collective : la marque individuelle est celle qui appartient à une personne physique ou morale. La marque collective est celle qui est utilisée conjointement par plusieurs personnes exerçant leur activité sous le contrôle du titulaire dans le même domaine ou dont les produits ou les services présentent des qualités communes.

CONSTITUTION DU DOSSIER AUPRES DE l'OAPI

Quels sont les éléments constitutifs d'une demande de protection de la marque ? La demande d'enregistrement d'une marque comprend :
a) le formulaire M 301 contenant les mentions obligatoires suivantes :

31 Voir document complet OAPI sur le dépôt de marques :
http://www.droit-afrique.com/upload/doc/oapi/OAPI-Guide-depot-marques.pdf

- l'adresse complète, le domicile et la nationalité du déposant ;
- la reproduction de la marque ;
- la revendication de couleurs le cas échéant ;
- la liste des produits ou services ;
- les classes de produits ou services : dans le système OAPI en vigueur, le dépôt se fait distinctement en classe de produits ou en classe de services ;
- l'adresse du mandataire le cas échéant ;
- la date, le numéro et le pays du dépôt antérieur lorsqu'une priorité est revendiquée ;
- la date de la demande, la signature et le cachet du déposant ou du mandataire. Si le déposant est une personne morale, l'identité et la qualité du signataire doivent être indiquées ;
- le mode de versement des taxes et le décompte desdites taxes.

b) la pièce justificative du paiement des taxes prescrites ;

c) un pouvoir sous seing privé, sans timbre, si le déposant est représenté par un mandataire ;

d) la reproduction de la marque sur le formulaire M 301' le cas échéant ;

e) le document de priorité le cas échéant.

Le droit de priorité attaché à un dépôt antérieur doit être revendiqué au moment du dépôt de la marque ou, au plus tard, dans les trois mois qui suivent.

Le document de priorité doit être accompagné d'une traduction en français ou en anglais lorsqu'il est établi dans une langue autre que celles-ci.

f) le règlement d'utilisation joint au dépôt de la marque collective doit être approuvé par décision ministérielle fixant les conditions d'utilisation de cette marque.

MODES DE DEPÔT AUPRES DE l'OAPI

1°) Où et comment peuvent s'effectuer les dépôts ?
Deux voies s'offrent au déposant :

- **La voie du dépôt direct :** La demande est déposée directement à l'OAPI, ou transmise par voie postale. Le dépôt direct est effectué :
  - auprès du bureau chargé de l'accueil à l'OAPI ;
  - dans une boîte expressément prévue à cet effet à l'OAPI les jours fériés et en dehors des heures de travail ;
  - par courrier adressé au Directeur Général de l'OAPI.

- **La voie du dépôt indirect :** La demande est déposée ou adressée par pli postal au ministère chargé de la propriété industrielle. Cette voie de dépôt n'est réservée qu'aux déposants domiciliés sur le territoire OAPI.

2°) Qu'en est-il des déposants domiciliés hors du territoire OAPI ?

Les déposants domiciliés hors des territoires des Etats membres doivent effectuer leurs dépôts directement à l'OAPI par l'intermédiaire d'un mandataire choisi dans l'un de ces Etats. Les déposants domiciliés sur le territoire OAPI peuvent, s'ils le désirent, effectuer leurs dépôts par l'intermédiaire d'un mandataire.

On précisera que sous peu, les dépôts pourront se faire en ligne.

DELIVRANCE DU TITRE PAR l'OAPI

1°) A quel moment s'effectue la délivrance de l'Arrêté d'enregistrement de la marque ?

La délivrance de l'enregistrement intervient environ 7 mois après le dépôt de la demande au terme d'un examen concluant.

2°) Qu'en est-il des demandes irrégulières ?

Des notifications d'irrégularité sont adressées au déposant ou au mandataire. Un délai de trois mois leur est accordé pour la régularisation de leurs demandes. Ce délai peut être prolongé de 30 jours sur demande justifiée du déposant ou de son mandataire. Toute demande non régularisée dans ce délai est rejetée sur décision du Directeur Général de l'OAPI.

DUREE DE LA PROTECTION PROPOSEE PAR l'OAPI

1°) Quelle est la durée de protection d'une marque ?

L'enregistrement d'une marque produit des effets pendant 10 ans à compter de la date de dépôt de la demande.

2°) Qu'advient-il au terme de la 10ème année ?

La propriété de la marque peut être conservée sans limitation de durée par des renouvellements successifs pouvant être effectués tous les dix ans, dans l'année du dixième anniversaire.

3°) Qu'arrive-t-il si la marque n'est pas renouvelée dans les délais ?

La marque qui n'a pas été renouvelée dans les délais tombe, en principe, dans le domaine public. Une marque dont l'enregistrement n'a pas été renouvelé ne peut donner lieu à un enregistrement au profit d'un tiers, pour des produits ou des services identiques ou similaires, moins de trois ans après l'expiration de la période de l'enregistrement ou du renouvellement.

INSCRIPTIONS AU REGISTRE SPECIAL DES MARQUES DE L'OAPI

1°) Qu'est ce qui doit être inscrit ?

Il s'agit de tous les changements affectant la vie juridique de la marque, tels que : la cession de la marque, la concession de licence, le changement de nom du propriétaire de la marque, etc.

2°) Quelles sont les modalités de cette inscription ?
Les actes portant sur ces changements doivent être constatés par écrit et communiqués à l'OAPI afin d'être inscrits au Registre Spécial des Marques tenu à cet effet.

RECOURS AUPRES DE l'OAPI

A – Procédure en opposition

1°) Qui peut formuler une opposition ?
Toute personne qui y a intérêt peut faire opposition à l'enregistrement d'une marque en adressant à cet effet au Directeur Général de l'OAPI un avis motivé accompagné de la pièce justificative du paiement de la taxe d'opposition.

2°) Dans quel délai ?
La requête en opposition doit intervenir dans les 3 mois qui suivent la publication de la marque enregistrée au Bulletin Officiel de l'Organisation.

B – Commission Supérieure de Recours

La Commission Supérieure de Recours est un organe de l'OAPI statuant sur les décisions du Directeur Général consécutives au rejet d'une demande d'enregistrement ou à la radiation d'une marque suite à une opposition.

1°) Qui peut la saisir ?
Toute personne contestant la décision du Directeur Général rendue dans l'une des hypothèses susvisées, moyennant paiement de la taxe requise.

2°) Dans quel délai ?
En cas de rejet de la demande, le recours doit être fait dans un délai de 60 jours à compter de la notification de la décision. S'agissant de l'opposition, le recours doit être fait pendant un délai de trois mois à compter de la réception de la notification de la décision de l'opposition aux intéressés.

En résumé : Processus du dépôt de marques auprès de l'OAPI :

- **Dépôt :** Directement auprès du siège de l'OAPI à Yaoundé ou de la SNL de chacun des pays – par voie postale
- **Objet de la protection :** Signe distinctif composé de mots, lettres, chiffres, aspects tridimensionnels, couleurs, et marques sonores
- **Droit de priorité :** 6 mois
- **Durée de protection :** 10 ans à compter du dépôt de la demande, renouvelable indéfiniment
- **Qui peut déposer ?** Toute personne physique ou morale, nationale ou étrangère, via un mandataire si le demandeur ne réside pas dans l'espace OAPI
- **Coût (hors honoraires d'un conseil juridique)[32] :** http://www.oapi.int/index.php/fr/services/marque-de-produits-de-services/taxes

S'il est recommandé de déposer la demande d'enregistrement de marque au plus vite, les entreprises doivent savoir que la plupart des ressorts juridiques appliquent une exigence d'"utilisation dans le commerce". Les marques enregistrées sur le territoire national dans un des Etats de l'OAPI doivent être utilisées afin de rester valides, faute de quoi elles peuvent être radiées. L'absence d'utilisation peut signifier que la marque a été abandonnée et rendre la marque vulnérable à une attaque par un tiers qui souhaite la faire invalider pour défaut d'usage, si elle n'a pas été utilisé pendant une durée ininterrompue de cinq ans.

Cette exigence oblige les entreprises à commencer d'utiliser la marque dans le commerce, dans la classe pour laquelle la demande a été déposée, dans un délai donné après la date de dépôt. Une entreprise qui n'utilise pas la marque dans le délai fixé, ou qui cesse de l'utiliser, peut perdre la protection de sa marque car celle-ci sera réputée abandonnée. L'exigence d'utilisation dans le commerce" constitue un défi particulier lorsque le propriétaire de la marque prévoit de se développer à l'international, car une entreprise peut perdre la protection de sa marque sur un marché particulier si elle dépose une demande internationale trop tôt et n'est pas en mesure d'investir ce marché avant la date limite fixée pour l'"utilisation dans le commerce".

N'oubliez pas les choses "à faire" et "à ne pas faire" pour une utilisation correcte des marques.

Les bonnes pratiques à suivre :

- **Utilisez le symbole ®** pour signaler une marque enregistrée.
- **Faites ressortir la marque du texte environnant** en utilisant des majuscules, des caractères gras ou des italiques ou en mettant la marque entre guillemets.
- **Utilisez votre marque d'une manière uniforme.** Si votre marque est enregistrée avec une orthographe, un style, une couleur ou une police de caractères en particulier, assurez-vous qu'elle est utilisée exactement sous la forme dans laquelle elle a été enregistrée.
- **Déterminez des lignes directrices et pratiques claires et uniformes pour l'utilisation des marques.** Informez les preneurs de licence, salariés, fournisseurs, distributeurs et consommateurs de leurs modalités d'utilisation. Assurez-vous que les politiques et lignes directrices sont appliquées de manière uniforme par toutes les parties intéressées.
- **Bien choisir sa classe de marque :** en effet le choix des activités pour lesquelles vous souhaitez

32 Voir le détail complet : http://www.oapi.int/index.php/fr/services/marque-de-produits-de-services/taxes

protéger votre marque contre d'éventuels actes de contrefaçon s'opère au moment du dépôt de marque. Cette sélection s'opère sur la base de la classification de Nice, qui s'organise en 45 classes, chacune correspondant à des produits et/ou services spécifiques.

Chaque classe comprend des sous-catégories ; il est possible d'opter pour la protection de l'intégralité de la classe ou uniquement de certaines sous-catégories. A titre d'exemple, la classe 15 couvre les instruments de musique : elle comporte 76 sous catégories allant des accordéons aux xylophones.

A éviter ou ne pas faire :

- Ne modifiez pas la marque, par exemple par césure de mots, combinaison ou abréviation (par exemple, la marque de stylos "MONTBLANC®" ne doit pas devenir "Mont Blanc").
- N'utilisez pas la marque en tant que nom, mais uniquement comme adjectif (dites "des blocs "LEGO®", et non "des Legos.")
- N'utilisez pas la marque sous forme verbale (dites "modifié au moyen du logiciel ADOBE® PHOTOSHOP®", et non "photoshoppé".)
- N'utilisez pas la marque au pluriel (dites, par exemple, "des bonbons TIC TAC ®" et non "des tic tacs")

Ces quelques conseils permettent de préserver le caractère distinctif de la marque et d'éviter qu'elle ne devienne générique.

Noms de domaine

Dans le monde interconnecté d'aujourd'hui, les entreprises sont plus ou moins obligées d'avoir une présence en ligne, qu'elles commercialisent des biens physiques ou numériques. Les noms de domaine, qui identifient l'adresse du site Web d'une entreprise, sont devenus des identifiants commerciaux à part entière, car les clients les utilisent pour trouver et évaluer les entreprises et les produits sur l'Internet. Les jeunes entreprises doivent donc accorder une attention particulière à leur présence en ligne et à leur nom de domaine.

L'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) est responsable de la gestion technique du système des noms de domaine. Des informations sur l'enregistrement des noms de domaine sont disponibles sur son site Web[33].

Les marques précèdent de plusieurs centaines d'années les noms de domaine en tant que signes distinctifs d'entreprises. Comme nous l'avons vu, elles constituent un droit de propriété intellectuelle majeur protégé par des lois nationales et des traités internationaux. En revanche, les noms de domaine sont des identifiants relativement nouveaux créés spécifiquement pour l'Internet, et aucun système juridique comparable ne régit leur utilisation. Les Principes directeurs concernant le règlement uniforme des litiges relatifs aux noms de domaine (principes UDRP), élaborés par l'OMPI pour lutter contre l'enregistrement et l'utilisation de mauvaise foi de noms de domaine, sont traités ci-après. Alors que les marques produisent leurs effets dans les pays ou régions où elles ont été enregistrées, les noms de domaine, à l'instar de l'Internet, n'ont ni frontières ni limites territoriales. En conséquence, les propriétaires de marques peuvent découvrir sur l'Internet des noms de domaine qui ressemblent ou sont identiques à leurs marques. Pire encore, les entreprises qui les utilisent peuvent vendre des produits identiques ou similaires, voire des contrefaçons.

Les entreprises doivent donc enregistrer un nom de domaine le plus tôt possible. Pour ce faire, la première étape consiste à sélectionner ce que l'on appelle le domaine de premier niveau (TLD). Le TLD désigne les caractères qui suivent le dernier point du nom de domaine (par exemple, le ".int"

33 Voir www.icann.org. Pour une vue d'ensemble, voir, www.icann.org/en/system/files/files/do¬main-names-beginners-guide-06dec10-en.pdf.

dans www.wipo.int). Les TLD génériques (gTLD) comprennent ".com", ".org" et ".net". D'autres ont été adoptés plus récemment, comme ". online", ".life" et ".app". Les domaines de premier niveau qui sont des codes de pays (ccTLD) désignent des pays : par exemple, ".ch" pour la Suisse et ".us" pour les États-Unis d'Amérique. Dans le cas du Cameroun, il s'agit par exemple de ".cm", du Sénégal de ".sn", et de la Côte d'Ivoire de ".ci".

La partie du nom qui précède le point est appelée domaine de deuxième niveau. Cette partie identifie l'entreprise et doit se démarquer afin que les consommateurs puissent se souvenir facilement de l'adresse du site Web. Le premier choix d'une entreprise pour un nom de domaine est probablement sa marque. Cependant, il se peut que celle-ci soit déjà utilisée par un tiers, auquel cas ce choix devra sans doute être modifié. (À titre d'illustration, imaginons une entreprise de robinetterie appelée Delta qui s'aperçoit que "delta.com" a déjà été enregistré. Elle pourrait choisir "deltarobinetterie.com" ou, si elle remplit les critères applicables pour ces domaines de premier niveau, "delta.ch" ou "delta.online")[34].

Si une start-up n'a pas encore enregistré de marque, il est judicieux de choisir un nom qui est également disponible en tant que nom de domaine (exactement sous la même forme ou une variante acceptable) et d'enregistrer les deux.

Le "cybersquattage" est la pratique consistant à enregistrer un nom de domaine correspondant à une marque enregistrée, ou incluant une telle marque, dans le but d'empêcher son utilisation par le propriétaire de la marque, de lui extorquer de l'argent ou de nuire à son image. Une start-up visée par cette pratique peut déposer une plainte en vertu des principes UDRP. S'il s'avère que le nom de domaine a été enregistré de mauvaise foi, une ordonnance peut être rendue pour le radier ou le transférer. Au niveau mondial, l'OMPI est le principal prestataire de services accrédité par l'ICANN pour le règlement des litiges relatifs aux noms de domaine[35]. De manière concrète l'application de ces règles au quotidien reste un point de vigilance et il faut se faire appuyer par des bureaux de propriété industrielle agréés par l'OAPI.

Obtenir un droit de dessin ou modèle

Ainsi qu'il est indiqué plus haut, les produits et emballages esthétiquement attrayants attirent davantage l'attention et acquièrent une meilleure visibilité commerciale. De nombreux produits fonctionnellement similaires se font aujourd'hui concurrence sur le plan de l'esthétique, et c'est bien souvent la combinaison d'une marque et d'un style qui explique la fidélité des consommateurs. Lorsqu'elles mettent un produit sur le marché, les entreprises doivent s'efforcer de lui conférer un aspect attrayant et à faire protéger le dessin ou modèle correspondant. Pour bénéficier de la protection, un dessin ou modèle doit généralement être nouveau ou original.

Pour bénéficier de la protection un dessin ou modèle doit généralement être nouveau. Un dessin ou modèle est nouveau si aucun dessin ou modèle identique déposé n'a déjà été mis à la disposition du public. Des dessins ou modèles sont considérés comme identiques lorsque leurs caractéristiques ne diffèrent que par des détails insignifiants.

Il est important de veiller à ce que les dessins et modèles ne soient pas divulgués avant le dépôt de la demande d'enregistrement. Une divulgation antérieure peut priver un dessin ou modèle de la protection au motif qu'il n'est plus nouveau. Certains pays prévoient un délai de grâce avant le dépôt de la demande, pendant lequel un déposant peut divulguer un dessin ou modèle sans perdre le bénéfice de la protection. C'est le cas des pays

34 "Delta" est à la fois une marque de robinets et une compagnie aérienne. En théorie, ces deux marques peuvent revendiquer le nom de domaine <delta.com>. Cela étant, puisque ce nom de domaine est détenu par la compagnie aérienne, le propriétaire de l'autre marque utilise <deltafaucet.com>.

35 Pour de plus amples informations, voir **www.wipo. int/amc/fr/domains/index.html.**

membres de l'OAPI, le caractère nouveau n'est pas mis en échec si le dessin ou modèle industriel a fait l'objet d'une divulgation dans les douze mois précédant la date de demande d'enregistrement.

Toutefois, il est toujours plus sûr d'éviter toute divulgation avant le dépôt de la demande d'enregistrement.

Les entreprises devront généralement suivre les étapes ci-après pour obtenir des droits sur un dessin ou modèle industriel[36].

Rappel de la procédure générale et internationale :

Phase 1
Formulaire de demande : les formulaires de demande sont disponibles auprès de l'office national ou régional de propriété intellectuelle. Les déposants devront indiquer leur nom et leurs coordonnées, ainsi qu'un mandataire (le cas échéant).

Phase 2
Les taxes sont acquittées.

Phase 3
Représentation : la start-up peut choisir de désigner un conseil en propriété intellectuelle pour la représenter ou pour l'assister dans le dépôt de la demande et la procédure d'enregistrement. Dans certains pays, mais cela dépend de la résidence du déposant, il est obligatoire de s'assurer les services d'un mandataire et de déposer un pouvoir.

Phase 4
Examen : les offices de propriété intellectuelle vérifient généralement que les conditions de forme de la demande ont été remplies, en s'assurant par exemple que la reproduction du dessin ou modèle est de qualité suffisante, et que les taxes ont été payées.

Phase 5
Enregistrement ou octroi de la protection : en général, un dessin ou modèle industriel doit satisfaire à un certain nombre d'exigences pour pouvoir être protégé. Ce sont ces exigences dont il est tenu compte lors de l'examen quant au fond. En plus d'être conforme à la définition d'un dessin ou modèle selon la loi applicable, le dessin ou modèle doit être nouveau ou original.

Phase 6
Renouvellement : la durée de la protection des dessins et modèles industriels varie selon les pays, mais elle est de 5 ans renouvelable. Dans de nombreux pays, la durée de la protection est subdivisée en périodes successives à l'issue desquelles l'enregistrement doit être renouvelé.

36 Voir : OMPI (2019). La beauté est dans la forme, pages 15 et 16.
www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/ wipo_pub_498_1.pdf

DEPOT D'UN DESSIN OU MODELE SUR LA ZONE OAPI[37] : définitions, constitution du dossier, modes de dépôt, délivrance du titre, durée de la protection, inscription au registre spécial des dessins ou modèles et recours.

Définition OAPI :

Un dessin ou modèle industriel est l'aspect ornemental ou esthétique d'un objet industriel. Un tel aspect peut résider dans la forme, dans la composition ou dans la couleur de l'objet. Cet objet doit être susceptible d'être reproduit par des procédés industriels ou artisanaux. Le dessin ou modèle protégé confère à son titulaire l'exclusivité de l'exploitation pendant un temps limité, sur un territoire donné.

CONSTITUTION DU DOSSIER AUPRES DE l'OAPI

Quels sont les éléments constitutifs d'une demande d'enregistrement d'un dessin ou modèle industriel ?

La demande d'enregistrement d'un dessin ou modèle industriel comprend :

a) Le formulaire contenant les mentions obligatoires suivantes : l'adresse complète, le domicile et la nationalité du déposant ; les nom et adresse de l'auteur du dessin ou modèle ; les nom et adresse du mandataire, le cas échéant ; la désignation précise du produit auquel le dessin ou modèle est destiné à être incorporé ; la classe de produits ; la date, le numéro et le pays du dépôt antérieur lorsqu'une priorité est revendiquée ; la date de la demande, la signature et le cachet du déposant ou du mandataire. Si le déposant est une personne morale, l'identité et la qualité du signataire doivent être indiquées ; le mode de versement des taxes et le décompte desdites taxes.

b) La pièce justificative du paiement des taxes prescrites.

c) Un pouvoir sous seing privé, sans timbre, si le déposant est représenté par un mandataire.

d) Deux exemplaires identiques d'une représentation ou d'un spécimen de dessin ou modèle placés sous pli cacheté.

N.B. : Un même dépôt peut comprendre de 1 à 100 dessins ou modèles numérotés du 1er au dernier.

37 On consultera sur le site de l'OAPI la totalité des documents disponibles : http://www.oapi.int/index.php/fr/dessin-ou-modele-industrielet https://liziba.cg/wp-content/uploads/2021/04/OAPI-Guide-depot-dessin-modeles-1.pdf

e) Le document de priorité le cas échéant. Pour bénéficier d'une priorité, le dépôt intervenu à l'OAPI doit être fait au plus tard 6 mois après le dépôt antérieur auprès d'un autre Office. Le droit de priorité attaché à un dépôt antérieur doit être revendiqué au moment du dépôt du dessin ou modèle industriel ou, au plus tard, dans les trois mois qui suivent. Le document de priorité doit être accompagné d'une traduction en français ou en anglais lorsqu'il est établi dans une langue autre que celles-ci.

MODES DE DEPÔT AUPRES DE l'OAPI

1°) Où et comment peuvent s'effectuer les dépôts ?

Deux voies s'offrent au déposant :

A/ La voie du dépôt direct :
La demande est déposée directement à l'OAPI, ou transmise par voie postale.

Le dépôt direct est effectué :
- auprès du bureau chargé de l'accueil à l'OAPI ;
- dans une boîte expressément prévue à cet effet à l'OAPI, les jours fériés et en dehors des heures de travail ;
- par courrier adressé au Directeur Général de l'OAPI.

B/ La voie du dépôt indirect :
La demande est déposée ou adressée par pli postal au Ministère chargé de la propriété industrielle. Cette voie de dépôt n'est réservée qu'aux déposants domiciliés sur le territoire OAPI.

2°) Qu'en est-il des déposants domiciliés hors du territoire OAPI ?

Les déposants domiciliés hors des territoires des Etats membres doivent effectuer leurs dépôts directement à l'OAPI par l'intermédiaire d'un mandataire choisi dans l'un de ces Etats.

Les déposants domiciliés sur le territoire OAPI peuvent, s'ils le désirent, effectuer leurs dépôts par l'intermédiaire d'un mandataire[38].

DELIVRANCE DU TITRE PAR l'OAPI

1°) A quel moment s'effectue la délivrance de l'enregistrement d'un dessin ou modèle industriel ?
La délivrance de l'Arrêté d'enregistrement intervient environ 7 mois après le dépôt de la demande au terme d'un examen concluant.

38 Voir liste en Annexe 1 du présent Guide.

2°) Qu'en est-il des demandes irrégulières ? Des notifications d'irrégularité sont adressées au déposant ou au mandataire. Un délai de trois mois lui est accordé pour la régularisation de leurs demandes. Ce délai peut être prolongé de 30 jours sur demande justifiée du déposant ou de son mandataire. La demande non régularisée dans ce délai est rejetée sur décision du Directeur Général de l'OAPI.

DUREE DE LA PROTECTION PROPOSEE PAR l'OAPI

1°) Quelle est la durée de protection d'un dessin ou modèle ?
L'enregistrement d'un dessin ou modèle industriel produit des effets pendant 5 ans, à compter de la date de dépôt de la demande.

2°) Qu'advient-il au terme de la 5ème année ? La protection peut être prolongée pendant deux périodes de 5 ans consécutives, par le simple paiement d'une taxe de renouvellement sans obligation d'exploitation du dessin ou modèle industriel dans l'un des Etats membres.

3°) Qu'arrive-t-il si le dessin ou modèle n'a pas été renouvelé dans les délais ? Le dessin ou modèle qui n'a pas été renouvelé dans les délais tombe, en principe, dans le domaine public. Toutefois, le dessin ou modèle industriel qui n'a pas été renouvelé en raison des circonstances indépendantes de la volonté de son titulaire peut faire l'objet de restauration pendant une période d'un an à compter de la date à laquelle le renouvellement devait intervenir.

INSCRIPTIONS AU REGISTRE SPECIAL

1°) Qu'est ce qui doit être inscrit ?

Il s'agit de tous les actes affectant la vie juridique du dessin ou modèle industriel, tels que : cession du dessin ou modèle, concession de licence, changement de nom du propriétaire du dessin ou modèle etc.

2°) Quelles sont les modalités de cette inscription ? Les actes portant sur ces changements doivent être constatés par écrit et communiqués à l'OAPI afin d'être inscrits au Registre Spécial des Dessins ou Modèles Industriels tenu à cet effet.

RECOURS AUPRES DE l'OAPI (Commission Supérieure de Recours)

La Commission Supérieure de Recours est un organe de l'OAPI statuant sur les décisions du Directeur Général consécutives au rejet d'une demande d'enregistrement ou de restauration du dessin ou modèle industriel.

1°) Qui peut la saisir ? Toute personne contestant la décision du Directeur Général rendue dans l'une des hypothèses susvisées, moyennant paiement de la taxe prescrite.

2°) Dans quel délai ? En cas de rejet de la demande, le recours doit être fait dans un délai de 60 jours à compter de la notification de la décision. S'agissant du rejet de la demande de restauration, le recours doit intervenir dans un délai de 30 jours à compter de sa notification.

En résumé : Processus du dépôt des dessins et modèles auprès de l'OAPI :

- **Dépôt :** Directement auprès du siège de l'OAPI à Yaoundé ou de la SNL de chacun des pays - par voie postale[39]
- **Droit de priorité :** 6 mois
- **Objet de la protection :** Design nouveau d'un objet ou d'une partie d'un objet (dessins, schéma, combinaisons forme, structure, couleurs, motifs d'un produit…) générant une impression esthétique et présentant une utilité industrielle
- **Durée de protection :** 5 ans à compter du premier dépôt, renouvelable 2 fois
- **Qui peut déposer ?** Toute personne physique ou morale, nationale ou étrangère, via un mandataire si le demandeur ne réside pas dans l'espace OAPI
- **Coût (hors honoraires d'un conseil juridique) :** http://www.oapi.int/index.php/fr/services/2017-03-10-06-46-19/taxes

39 Voir liste en Annexe 1 du présent Guide.

SE LANCER A l'INTERNATIONAL

Les réussites les plus éclatantes sont le fait de start-up qui sont en mesure de répondre à une demande mondiale. Certains marchés nationaux sont suffisamment vastes pour faire prospérer des start-ups qui visent exclusivement leur marché local. Cependant, lorsque le marché local est trop restreint pour favoriser la croissance d'une entreprise, cette dernière doit penser le plus tôt possible à se lancer à l'international.

Une erreur fréquente consiste à présumer qu'un modèle d'entreprise qui fonctionne bien localement connaîtra le même succès à l'international. Certains modèles d'affaires, produits ou services enregistreront de bons résultats sur certains marchés, mais pas sur d'autres. Une start-up doit se poser la question de savoir s'il y a lieu ou non d'investir un marché ou s'il lui est possible de modifier son offre pour mieux s'adapter à la demande. Elle doit également s'assurer qu'elle dispose des fonds suffisants pour mener une stratégie de croissance mondiale.

En substance, pénétrer un nouveau marché équivaut dans une certaine mesure à lancer une start-up : l'entreprise doit évaluer ses capacités, concevoir un modèle d'entreprise spécifique et élaborer de solides projections financières. Plus l'entreprise se lance sur de nouveaux marchés, plus elle risque de se trouver en concurrence et de stimuler l'innovation et l'imitation au niveau local. La protection de sa propriété intellectuelle sur les marchés cibles peut dès lors s'avérer une condition importante de sa réussite. Les entreprises doivent garder à l'esprit que les droits de propriété intellectuelle sont de nature territoriale ; ils sont limités au territoire (pays ou région) qui a accordé ledit droit. Il s'ensuit que les droits de propriété intellectuelle qu'une start-up a obtenus dans un pays ou une région donnée peuvent ne pas valoir dans les pays dans lesquels elle veut se développer.

Il se peut également que la législation en matière de propriété intellectuelle dans le pays cible soit différente de celle du pays d'origine de l'entreprise. Celle-ci doit soigneusement examiner, le plus tôt possible, dans quels pays elle veut mener ses activités, exporter ou s'approvisionner, afin de déterminer les ressorts juridiques où elle sollicitera une protection[40].

La Convention de Paris a créé un mécanisme important pour le dépôt des demandes de brevet et d'enregistrement de marques et de dessins et modèles dans plusieurs pays[41]. Selon ce mécanisme, la date à laquelle une demande est déposée pour la première fois dans un pays ou une région est appelée date de priorité. Toute demande ultérieure déposée dans un autre pays avant l'expiration d'un certain délai (délai de priorité) par le même déposant et pour la même invention est considérée, aux fins de l'état de la technique, comme ayant été déposée à la date de priorité. Le délai de priorité est de 12 mois pour les brevets et de six mois dans le cas des marques et des dessins et modèles.

Demandes de brevet à l'étranger

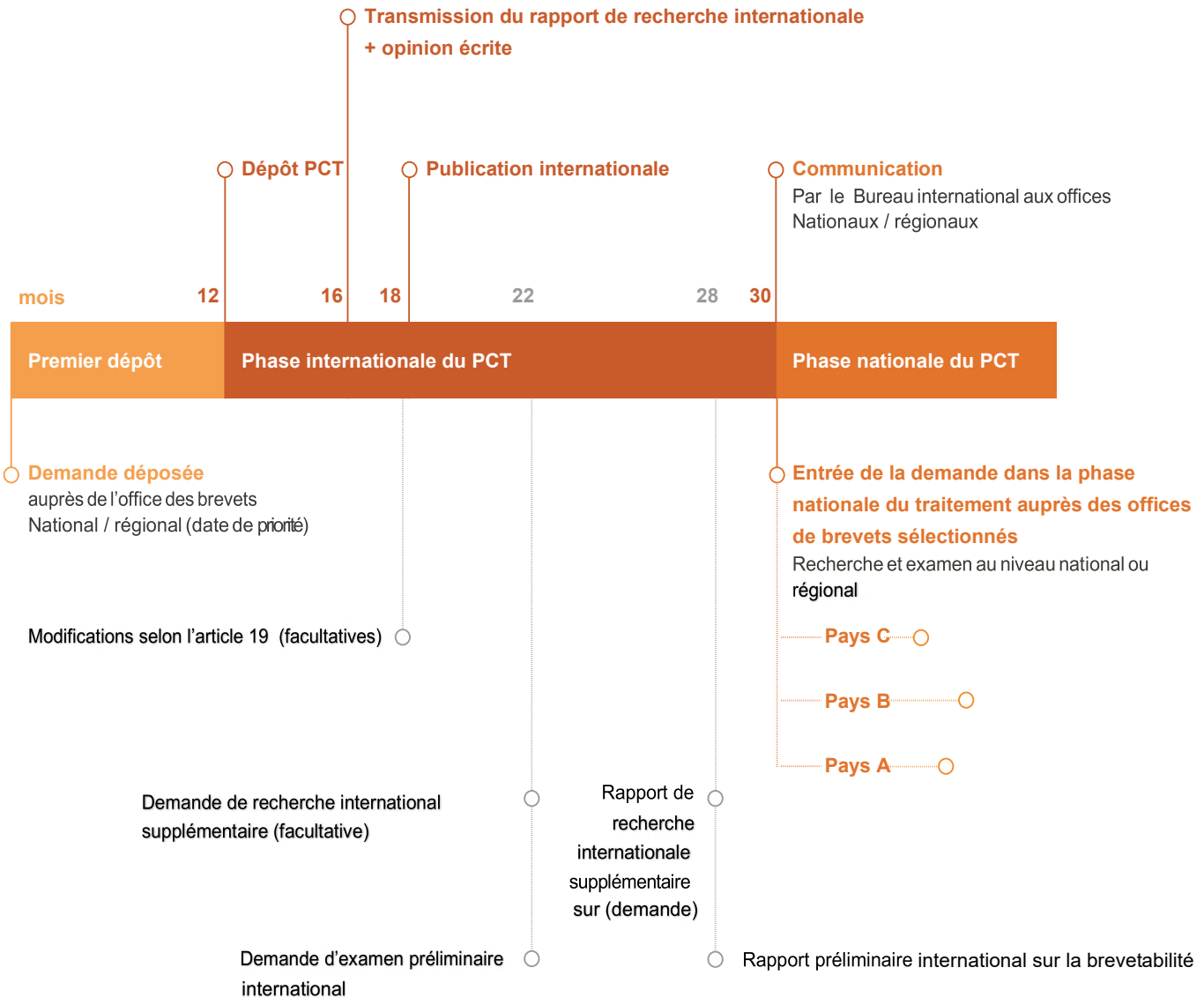
En général, une entreprise dépose une demande de brevet nationale dans son pays d'origine. Pour bénéficier des dispositions de la Convention de Paris, une start-up qui veut se développer à l'international doit ensuite déposer des demandes dans les autres pays qui l'intéressent dans un délai de 12 mois (délai de priorité).

40 Les coordonnées des offices nationaux de la propriété intellectuelle sont disponibles à l'adresse www.wipo.int/directory/fr/urls.jsp.

41 Administrée par l'OMPI, la Convention de Paris de 1883 a été le premier grand accord international relatif à la protection des droits de propriété industrielle, notamment les brevets.

Figure 3. La procédure selon le Traité de coopération en matière de brevets (auquel l'OAPI adhère)

Source : De l'idée à l'entreprise : guide de la propriété intellectuelle à l'intention des jeunes entreprises. Publication de l'OMPI n° 961



Administré par l'OMPI, le Traité de coopération en matière de brevets (PCT) offre aux entreprises un moyen efficace, pratique et souvent économique d'obtenir la protection par brevet dans plusieurs pays[42]. Le PCT permet de demander la protection par brevet d'une invention simultanément dans de nombreux pays en déposant une seule demande de brevet "internationale" plutôt que des demandes distinctes dans chaque pays ou région. Les offices de brevets nationaux et régionaux restent chargés de la délivrance des brevets pendant ce qui est appelé la "phase nationale".

Une demande selon le PCT peut être déposée directement sous forme de demande internationale, ou dans les 12 mois qui suivent une première demande de brevet nationale.
Dans la voie PCT (voir la figure 3 ci-dessus) :

1 Une demande internationale peut être déposée dès le départ ; à défaut, elle peut être déposée dans les 12 mois suivant le dépôt d'une demande nationale ou régionale.

2 La demande est publiée 18 mois après la date de priorité, sauf si le déposant demande une publication anticipée. Étant donné que la publication a pour effet de divulguer des informations sur l'invention, ce calendrier signifie que les demandes restent confidentielles pendant 18 mois à compter de la date de priorité.

3 Dans un délai de 30 mois à compter de la date de priorité[43], le déposant doit choisir dans quel pays contractant du PCT il souhaite demander la protection par brevet ; sa demande entre alors dans la "phase nationale" du traitement dans ces pays. Toute start-up a intérêt à déterminer soigneusement les pays qui sont importants pour ses débouchés et à entreprendre les démarches nécessaires obtenir la protection dans ces pays, car celle-ci peut conditionner sa réussite commerciale. En revanche, cette phase exige souvent des investissements conséquents, dans la mesure où les coûts augmentent proportionnellement au nombre de pays sélectionnés pour la protection par brevet. Sur chacun de ces marchés, les entreprises sont susceptibles de pays les taxes propres à l'office ainsi que les frais de traduction, les honoraires des mandataires locaux, etc.

4 Le système du PCT est un système de dépôt et de traitement des demandes de brevet. Il n'existe ni brevet mondial ni brevet PCT. Chaque brevet national ou régional doit être sollicité et obtenu individuellement. Chaque ressort juridique décide de délivrer ou non le brevet, en fonction de sa législation nationale.

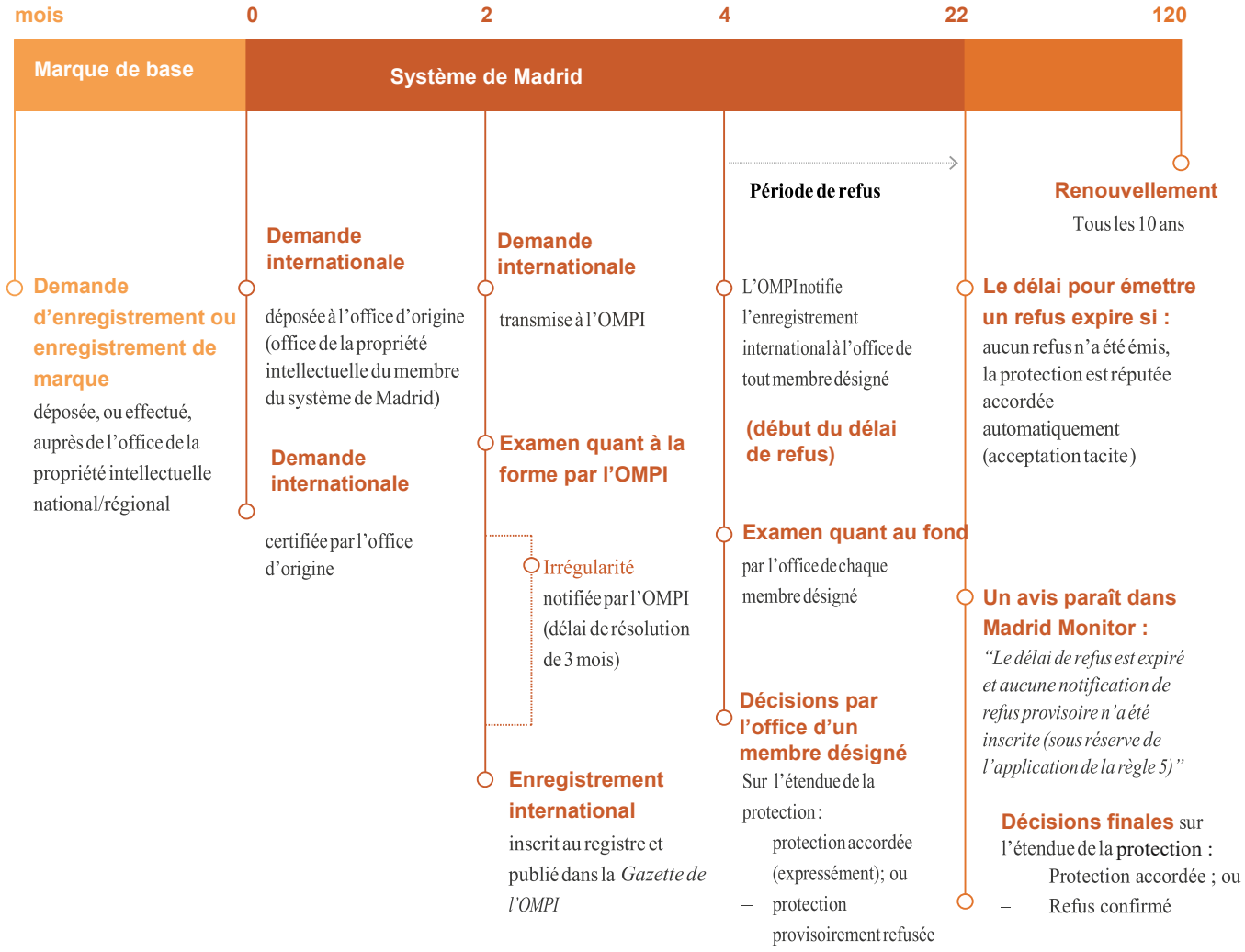
5 Le système du PCT permet aux entreprises de disposer de davantage de temps et d'informations que le système de brevets traditionnel prévu par la Convention de Paris.

42 Le PCT est un traité international qui compte plus de 150 États contractants

43 Il existe des exceptions : les plus notables sont l'Office européen des brevets et l'Office coréen de la propriété intellectuelle qui autorisent tous deux un délai de 31 mois.

Figure 4. La procédure selon le système de Madrid (auquel l'OAPI adhère)

Source : De l'idée à l'entreprise : guide de la propriété intellectuelle à l'intention des jeunes entreprises. Publication de l'OMPI n° 961



Avantages

- Enregistrement unique, dans une seule langue, auprès de 116 pays maximum
- Paiement d'une seule série de taxes dans une seule devise
- Gestion des renouvellements et des modifications via un système centralisé
- Extension de la marque à d'autres pays par désignation ultérieure

Aux termes de la Convention de Paris, une entreprise peut déposer une demande dans son pays d'origine, puis (dans le délai de priorité) déposer des demandes dans d'autres pays.

Avec le PCT, au lieu de déposer une demande dans chacun des pays où elle souhaite développer ses activités, la start-up dépose une seule demande internationale. Elle reçoit un rapport de recherche internationale et a la possibilité de demander un examen préliminaire international ainsi qu'une recherche internationale supplémentaire.

La voie PCT permet aux entreprises de différer les démarches à effectuer au niveau national ou régional ainsi que les frais y afférents jusqu'à 30 mois[44].

Lorsqu'une start-up dépose des demandes internationales de brevet pour protéger ses innovations techniques à l'étranger, elle doit également envisager la possibilité de protéger ses droits en matière de marques et de dessins et modèles industriels sur ces marchés.

Demandes d'enregistrement de marques à l'étranger

Pour protéger sa marque à l'étranger, une start-up a le choix entre trois stratégies de dépôt, en fonction de ses objectifs et de son budget :

La voie nationale : l'entreprise dépose une demande distincte auprès de l'office national des marques de chacun des pays où elle souhaite obtenir la protection.

La voie régionale : l'entreprise demande la protection par le biais d'un système régional d'enregistrement de marques qui produit des effets juridiques dans tous ses États membres. Cette possibilité existe actuellement auprès de l'**Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI),** de l'Organisation régionale africaine de la propriété intellectuelle (ARIPO), de l'Office Benelux de la propriété intellectuelle (OBPI) et de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO).

La voie internationale : l'entreprise dépose une demande par l'intermédiaire du système de Madrid, auquel l'OAPI adhère.

Administré par l'OMPI, le système de Madrid est une solution pratique et économique pour enregistrer et gérer les marques au niveau mondial (voir la figure 4). En déposant une demande unique dans une seule langue et en s'acquittant d'une seule série de taxes, il est possible de demander la protection d'une marque sur de multiples marchés.

Le système de Madrid permet également à une entreprise de procéder à une modification, un renouvellement ou un élargissement de son portefeuille mondial de marques via un système centralisé.

Dans le cadre du système de Madrid, une demande internationale doit être fondée sur une demande ou un enregistrement national ou régional, dénommé marque de base. La marque de base doit être enregistrée, ou faire l'objet d'une demande, sur le territoire d'un État membre du système de Madrid auquel le déposant est rattaché par son établissement, son domicile ou sa nationalité.

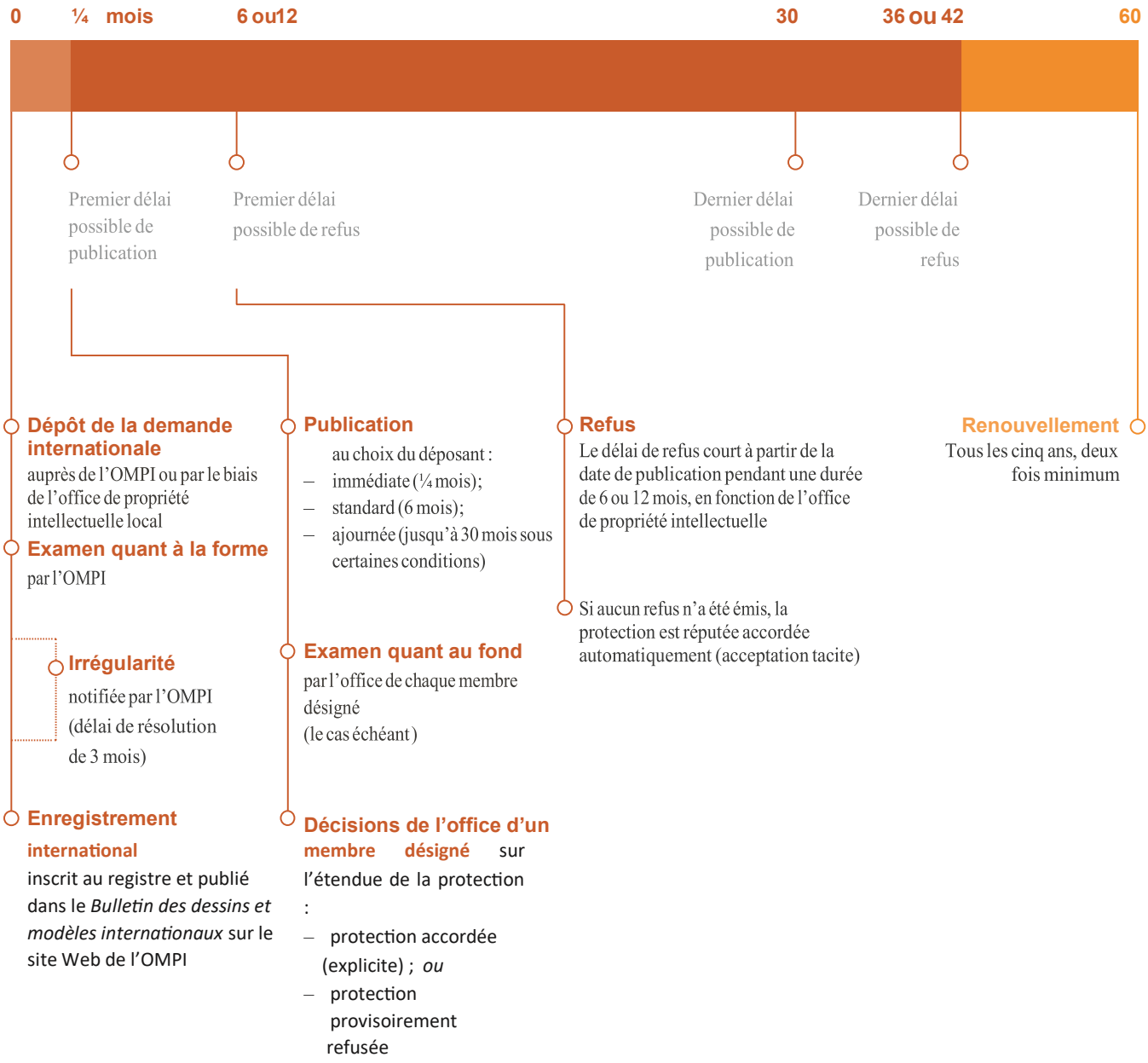
Une demande internationale doit d'abord être présentée à l'office d'origine (l'office des marques auprès duquel la marque de base est enregistrée ou son enregistrement est demandé). Après avoir certifié la demande, ledit office la transmet à l'OMPI. Une fois que l'OMPI a s'est assuré de sa conformité avec les exigences de forme, la demande est inscrite au registre international et publiée dans la Gazette de l'OMPI. Les territoires sur lesquels la protection de la marque est demandée reçoivent une notification. Il leur appartient ensuite d'accepter ou de rejeter la marque.

Si une start-up dépose une demande internationale selon le système de Madrid dans les six mois suivant le dépôt d'une demande de protection de sa marque auprès d'un office national ou régional de la zone OAPI des marques, elle peut revendiquer la date initiale de dépôt comme date de priorité. Cela signifie que, si un concurrent dépose une demande après cette date de priorité pour la même marque, ou une marque similaire, sur un marché qui revêt un intérêt pour la start-up, cette dernière peut faire valoir que sa demande est antérieure à celle du concurrent en se fondant sur la date de son dépôt initial.

44 Des réductions de taxes sont prévues dans un certain nombre de cas. Voir "Des réductions de taxes sont-elles possibles dans le cadre du PCT ?" à l'adresse www.wipo.int/pct/fr/faqs/faqs.html.

Figure 5. Le système de La Haye (auquel l'OAPI adhère)

Source : De l'idée à l'entreprise : guide de la propriété intellectuelle à l'intention des jeunes entreprises. Publication de l'OMPI n° 961



Avantages

- **Demande d'enregistrement unique, dans une seule langue, jusqu'à 100 dessins et modèles industriels, pour des produits appartenant à une seule et même catégorie dans plusieurs pays**
- **Paiement d'une seule série de taxes dans une seule devise**
- **Choix de la date de publication de l'enregistrement en fonction de la stratégie de l'entreprise**
- **Gestion des renouvellements et des modifications via un système centralisé**

Toutefois, si la start-up laisse passer ce délai de six mois, elle ne pourra pas revendiquer de priorité dans sa demande internationale et devra se baser sur la date de son enregistrement international. Dans ce cas de figure, un concurrent qui aurait déposé une demande avant la date d'enregistrement international (mais après la date du premier dépôt national ou régional de la start-up) sera considéré comme étant le premier à avoir déposé la demande, en conséquence de quoi la start-up pourrait ne pas obtenir de droits.

Demandes d'enregistrement de dessins et modèles industriels à l'étranger

Pour protéger ses dessins et modèles industriels à l'étranger, une start-up a le choix entre trois stratégies de dépôt, en fonction de ses objectifs et de son budget.

La voie nationale : l'entreprise dépose une demande distincte auprès de l'office national de la propriété intellectuelle dans chacun des pays où elle souhaite obtenir la protection.

La voie régionale : l'entreprise demande la protection par le biais d'un système régional d'enregistrement de dessins ou modèles qui produit des effets juridiques dans tous ses États membres.

Cette possibilité existe actuellement auprès de l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI), de l'Office Benelux de la propriété intellectuelle (OBPI) et de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO).

La voie internationale : l'entreprise dépose une demande internationale par l'intermédiaire du système de La Haye.

Administré par l'OMPI, le système de La Haye permet d'acquérir, maintenir en vigueur et gérer les droits sur ses dessins ou modèles sur de multiples marchés dans le monde en déposant auprès de l'OMPI une demande internationale unique, dans une seule langue, et en s'acquittant d'une seule série de taxes. En raison de son caractère centralisé, le système de La Haye simplifie aussi considérablement la gestion ultérieure des enregistrements internationaux (voir la figure 5).

Pour être habilité à déposer une demande, un déposant doit être ressortissant d'une partie contractante (un pays ou une organisation intergouvernementale membre de l'Union de La Haye comme c'est le cas des pays membres de l'OAPI) ou avoir son domicile, un établissement commercial ou une résidence habituelle sur le territoire d'une partie contractante. Contrairement au système de Madrid, aucune demande ni aucun enregistrement, au niveau national ou régional, n'est requis.

La demande internationale est déposée directement auprès de l'OMPI via l'OAPI. À réception, l'OMPI vérifie sa conformité avec les exigences de forme. Si la demande est conforme, l'OMPI l'inscrit au registre international et la publie. Il appartient à la partie contractante désignée dans la demande d'accepter ou de rejeter le dessin ou modèle, dans un délai déterminé et selon les exigences de fond de sa législation.

Comme indiqué précédemment, le délai de priorité pour les dessins et modèles est de six mois. Si une start-up ayant déposé une demande souhaite étendre la protection à d'autres pays ou régions, elle peut le faire en déposant une demande internationale en vertu du système de La Haye, dans un délai de six mois à compter de sa première demande, et revendiquer une priorité à la date de dépôt de cette première demande. Pendant le délai de priorité, ce déposant a la prééminence sur toute autre entreprise déposant une demande pour un dessin ou modèle identique ou similaire après la date de priorité du premier déposant. Comme pour les brevets, une fois ce délai écoulé et la première demande publiée, le dessin ou modèle ne peut plus être considéré comme "nouveau" et pourrait ne pas être susceptible de protection sur d'autres territoires.

Obtenir la protection du droit d'auteur à l'étranger

Le droit d'auteur est automatique dans tous les États parties à la Convention de Berne auquel adhère l'OAPI. La Convention de Berne[45] impose certains éléments communs mais laisse de nombreuses questions à l'appréciation de chaque État partie. Les détails de la protection peuvent ainsi varier légèrement selon les ressorts juridiques. **Le site de l'OAPI précise ces éléments sur son site : http://www.oapi.int/index.php/en/propriete-intellectuelle/propriete-litteraire-et-artistique/droit-d-auteur.** Le droit d'auteur étant de nature territoriale, la protection accordée dans chaque pays est fonction de la législation nationale correspondante.

45 Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques : voir www.wipo.int/ treaties/fr/ip/berne.

AUTRES STRATEGIES D'EXPLOITATION DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

Lorsqu'une jeune entreprise obtient un ou plusieurs droits de propriété intellectuelle, elle acquiert des actifs qu'elle peut utiliser de manière stratégique dans le cadre de son activité. Elle peut le faire en intégrant directement la propriété intellectuelle dans la production ou la commercialisation de ses produits et services de manière à renforcer leur compétitivité, comme nous l'avons déjà évoqué. Elle peut également utiliser la propriété intellectuelle pour créer des sources de revenus supplémentaires, obtenir des financements, attirer des partenaires, des collaborateurs et des salariés, et accroître la valeur de l'entreprise. Nous examinons ces possibilités ci-après.

Concession de licences

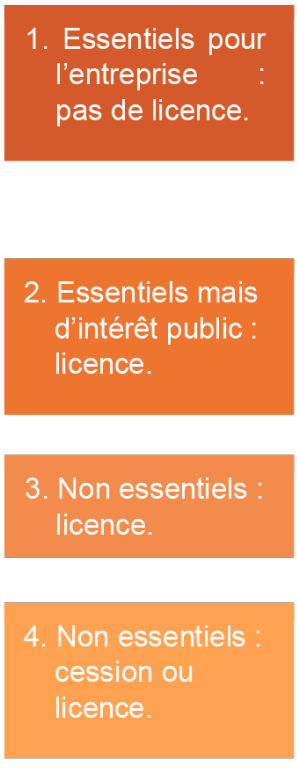
En parallèle ou en remplacement de l'utilisation de la propriété intellectuelle dans son activité principale, une jeune entreprise peut exploiter ses actifs de propriété intellectuelle en concédant à d'autres le droit de les utiliser. La propriété intellectuelle est un actif intangible et présente l'avantage, contrairement aux actifs corporels ou physiques, de pouvoir être démultipliée. Il s'agit d'un actif qui peut être exploité simultanément par de nombreux utilisateurs sans que sa nature ou sa qualité soit modifiée.

Une licence consiste à autoriser un tiers à utiliser la propriété intellectuelle tout en conservant la titularité des droits sur celle-ci. Il s'agit d'un accord contractuel (engagement réciproque) selon lequel une partie (le donneur de licence) accepte d'autoriser une autre partie (le preneur de licence) à utiliser un élément de propriété intellectuelle appartenant au donneur de licence en échange d'une contrepartie, généralement des paiements récurrents (redevances)[46].

Dans cette représentation simplifiée du portefeuille de propriété intellectuelle d'une entreprise on y classe les différentes classifications simplifiées d'un portefeuille de propriété intellectuelle :

46 Voir Centre de commerce international et OMPI (2005). L'affaire équilibrée, la négociation des contrats de licence de technologie – Un guide d'initiation. https://www.wipo.int/edocs/pub-docs/fr/licensing/906/wipo_pub_906.pdf ; et OMPI (2015). Une concession de licence de technologie réussie. https://www.wipo.int/ed¬ocs/pubdocs/fr/licensing/903/wipo_pub_903. pdf.

Figure 6. Classification simplifiée d'un portefeuille de propriété intellectuelle



Dans cette représentation simplifiée du portefeuille de propriété intellectuelle d'une entreprise :

Le rectangle n° 1 contient les actifs de propriété intellectuelle que l'entreprise considère comme des technologies essentielles ou stratégiques et qu'elle ne concédera pas sous licence, sauf à des partenaires tels que des vendeurs et des fournisseurs.

Les rectangles nos 2, 3 et 4 contiennent les actifs pouvant être concédés sous licence.

Le rectangle n° 2 couvre les technologies que l'entreprise juge essentielles ou stratégiques, mais qu'elle a décidé de concéder sous licence pour des raisons d'intérêt public (par exemple, parce qu'elles sauvent des vies).

Le rectangle n° 3 contient les actifs de propriété intellectuelle qui ne sont pas essentiels et qui peuvent faire l'objet d'une licence.

Le rectangle n° 4 contient les actifs de propriété intellectuelle qui n'ont aucune valeur pour l'entreprise. La gestion des actifs de propriété intellectuelle relevant de cette catégorie se traduira par un coût. L'entreprise s'efforcera donc de les concéder sous licence ou à les vendre. S'ils ne sont pas commercialisés dans un délai déterminé, on pourra laisser expirer les droits de propriété intellectuelle qui y sont attachés.

Ce mécanisme permet à toute entreprise possédant des droits de propriété intellectuelle de créer des sources de revenus supplémentaires en concédant des licences à des tiers pour l'utilisation d'une partie de ses actifs de propriété intellectuelle (voir la figure 5). L'entreprise peut attirer des preneurs de licence dans la même zone géographique que celle où elle opère ou bien dans d'autres où le fait de donner accès à sa propriété intellectuelle ne compromettra pas sa position face à la concurrence. Une start-up peut même trouver avantageux de concéder sa technologie sous licence à des concurrents directs, soit en limitant le champ d'utilisation, soit au moyen d'un système de licences croisées lui permettant d'avoir également accès au portefeuille de propriété intellectuelle de son concurrent. La plupart des entreprises à forte intensité en propriété intellectuelle structureront leur portefeuille de propriété intellectuelle de manière à distinguer les actifs de propriété intellectuelle qu'elles sont disposées à concéder sous licence de ceux qu'elles jugent trop stratégiques à cet effet.

Les licences de propriété intellectuelle peuvent être structurées de nombreuses manières. La propriété intellectuelle peut, par exemple, être concédée à une seule partie, dans le cadre de ce que l'on appelle une licence exclusive. Dans de nombreuses licences exclusives, les propriétaires d'actifs de propriété intellectuelle se réservent des droits, tels que la possibilité d'incorporer la propriété intellectuelle dans leurs propres offres.

Par ailleurs, les mêmes droits de propriété intellectuelle peuvent être concédés à plusieurs parties ou de manière non exclusive. Les accords peuvent être structurés de manière à donner au preneur de licence le droit de partager ses droits avec des tiers, dans le cadre de ce que l'on appelle une sous-licence. Il est également courant de limiter les licences à certains territoires ou à certaines activités.

Les contrats de licence sont des documents qui peuvent être adaptés aux besoins des parties. Néanmoins, selon les objectifs visés et ce sur quoi il porte, la rédaction d'un contrat de licence est souvent difficile. Dans ce cas, il convient de demander conseil à un professionnel. Bien que les contrats de licence puissent être très différents les uns des autres, il est possible de recenser des points communs :

La plupart des ressorts juridiques exigent que les contrats de licence revêtent une forme écrite. Ce contrat est largement prévu par tous les neuf (09) Annexes de l'Accord de Bangui. La validité de contrat est soumise à des conditions de forme et de fond.

1/ Les conditions de forme :

Le contrat de licence, à peine de nullité, doit obligatoirement être passé par écrit et signé par les parties. Elle doit être inscrite au registre spécial de l'un des actifs de propriété intellectuelle objets de la licence (i.e. registre spécial des brevets pour une licence de brevet) et publiée dans les formes prescrites par le règlement d'application pour être opposable aux tiers.

2/ Les conditions de fond :

La licence n'exclut pas pour le concédant, ni la possibilité d'accorder des licences à d'autres personnes, sous réserve qu'il en avise le concessionnaire, de la licence, ni celle d'utiliser lui-même la marque. Cependant, la concession d'une licence exclusive exclut que le concédant de la licence accorde des licences à d'autres personnes et, en l'absence de stipulations contraires du contrat de licence, qu'il utilise lui-même l'actif de propriété intellectuelle concerné. La limitation du territoire d'exploitation de la licence exclusive est possible.

Les contrats de licence doivent être enregistrés auprès du registre spécial du titre de propriété intellectuelle concerné, par exemple, si la licence concerne un brevet, elle devra être enregistrée auprès du registre spécial des brevets.

Les clauses relatives aux droits et aux redevances sont au cœur des contrats de licence[47]. Une clause relative aux droits indique quels droits de propriété intellectuelle sont accordés et les limitations qui peuvent être applicables. La clause relative aux redevances indique ce que percevra le donneur de licence en échange de l'octroi de la licence.

47 Voir WIPO GREEN, Licensing Check List. www3. wipo.int/wipogreen/docs/en/wipogreen_licens-ingchecklist_061216.pdf.

Un contrat de licence portant sur un droit de propriété intellectuelle ne peut avoir une durée supérieure à la durée de validité du droit de propriété intellectuelle concédé[48].

Si un contrat de licence couvre plusieurs ressorts juridiques, ceux-ci doivent être traités séparément dans la clause relative aux droits, voire faire l'objet d'accords distincts. Il va de soi que tous les droits de propriété intellectuelle qui font l'objet d'un contrat de licence doivent déjà avoir été obtenus dans les pays concernés.

Lorsqu'une marque fait l'objet d'une licence, le donneur de licence doit établir des règles claires destinées à contrôler l'utilisation correcte de la marque sous licence et la qualité du produit en relation avec lequel la marque sous licence doit être utilisée, afin de s'assurer que ce produit répond aux attentes des consommateurs vis-à-vis des produits portant cette marque.

Lorsque le preneur de licence doit accorder à des tiers l'accès aux droits de propriété intellectuelle du donneur de licence, il doit avoir préalablement obtenu le droit de concéder des sous-licences dans le contrat de licence, le preneur de licence devenant ainsi le donneur de licence du preneur de sous-licence.

Il convient de noter que certaines des obligations des parties l'une envers l'autre survivront à la résiliation de l'accord. Les droits qui survivent varient en fonction de l'objet de la licence et de la teneur du contrat. Toutefois, un accord bien rédigé contiendra des dispositions permettant au donneur de licence de percevoir les redevances dues, au preneur de licence de vendre les produits sous licence encore en stock, d'inclure des obligations mutuelles de confidentialité et de non-divulgation, de prévoir le droit de procéder à un audit limité après la résiliation, etc. Lorsque la propriété intellectuelle est détenue conjointement, la possibilité de concéder des licences peut dépendre du ressort juridique et des accords entre les parties. Il convient d'évaluer avec soin si un seul des copropriétaires est habilité à concéder des droits à des tiers de manière unilatérale. Dans de nombreux cas, tous les copropriétaires doivent être notifiés ou donner leur consentement. Souvent, les licences ainsi concédées à la concurrence peuvent être limitées par contrat.

Lorsque la concession de licences est le modèle commercial central d'une jeune entreprise et que le recrutement des preneurs de licence constitue sa principale source de revenus, l'entreprise peut se contenter de donner accès à sa technologie sans vendre elle-même de produits ou de services. Bluetooth ou Dolby sont des exemples de modèles commerciaux fondés sur la concession de licences. Dolby concède des licences sur ses technologies à des équipementiers qui les intègrent dans des produits grand public.

Il en va de même pour les start-ups qui monétisent leur droit d'auteur en concédant des licences de logiciels à des tiers. En fonction de son modèle économique, de la nature de sa propriété intellectuelle et de son secteur d'activité, une entreprise dont le modèle est fondé sur la concession de licences peut miser sur des volumes élevés (en négociant plusieurs licences de valeur relativement faible par jour) ou non (une licence de grande valeur par an) et, selon son profil, elle devra établir des procédures préalables à la concession de licences appropriées à des fins de développement commercial, de négociation et de gestion des flux de trésorerie, ainsi que des stratégies de licence et des contrats standard adaptés.

Une jeune entreprise peut également avoir besoin d'acquérir ou d'utiliser certains actifs de propriété intellectuelle pour son activité. Prenons, par exemple, la situation suivante :

48 Toutefois, il ne faut pas oublier que les secrets d'affaires peuvent durer éternellement. Un accord peut également durer plus longtemps que les dispositions relatives à la propriété intellectuelle qu'il contient, surtout en cas de fourniture de services.

Une université possède un actif de propriété intellectuelle.
Elle crée une entreprise dérivée en vue de le développer et de le commercialiser.

Dans l'idéal, cette entreprise doit être avoir la propriété de la propriété intellectuelle mais l'université ne veut pas ou ne peut pas la céder.

L'entreprise doit donc obtenir une licence

Liberté d'exploitation[49]

Dans cette situation, l'entreprise doit avoir accès à la propriété intellectuelle d'un tiers pour pouvoir développer et commercialiser ses propres produits ou services.

La possibilité d'exploiter cette propriété intellectuelle passe généralement par l'obtention d'une licence
À cet égard, il conviendra de tenir compte des besoins de l'entreprise au fur et à mesure de son développement ou lorsqu'elle sera éventuellement vendue à une autre entité. Si ces considérations ne sont pas envisagées en amont, la jeune entreprise pourrait être amenée à renégocier les termes de la licence, ce qui peut se révéler coûteux, voire impossible.

Cession

La cession désigne la vente d'un actif de propriété intellectuelle. Un cédant transfère la propriété de l'actif à un cessionnaire, généralement, mais pas toujours, à titre onéreux. (Le transfert peut parfois être effectué moyennant une contrepartie symbolique). Le cessionnaire devient alors propriétaire à part entière de la propriété intellectuelle ainsi cédée. Le processus de cession est soumis à différentes règles établies par les Accords de Bangui et ses différents annexes. Il convient de noter qu'un mélange de cession et de licences est possible. Prenons, par exemple, une technologie qui est couverte par deux brevets distincts dans deux pays différents. Une start-up pourrait acquérir le brevet dans le pays A par cession et exploiter le brevet dans le pays B dans le cadre d'un contrat de licence.

Accès au financement

Jusqu'à ce qu'une entreprise puisse générer des revenus suffisants pour soutenir ses activités, elle a besoin de financement. Toute entreprise nouvellement créée doit dépenser de l'argent avant de pouvoir en gagner. C'est la fameuse "vallée de la mort" que doit traverser toute entreprise. Comme il est peu probable qu'une jeune entreprise génère des revenus suffisants lors de son lancement, elle doit disposer d'un capital suffisant pour couvrir ses coûts opérationnels jusqu'à ce qu'elle devienne autosuffisante. Dans certains cas, ce sont les fondateurs de l'entreprise financent son démarrage. Cependant, la plupart des entreprises ont besoin de moyens souvent substantiels. Elles

49 Pour de plus amples informations sur la liberté d'exploitation, voir la section consacrée à la gestion des risques associés à la propriété intellectuelle.

doivent donc se tourner vers d'autres sources de financement au moment de leur création ou lors de leur développement. Dans ce cas, les bailleurs de fonds ont généralement besoin de s'assurer que l'entreprise a pris les mesures appropriées pour étudier la situation sur le plan de la propriété intellectuelle et protéger ses propres actifs. Certaines sources de financements sont résumées ci-dessous et les phases de financement sont illustrées dans la figure 7 (ci-dessous).

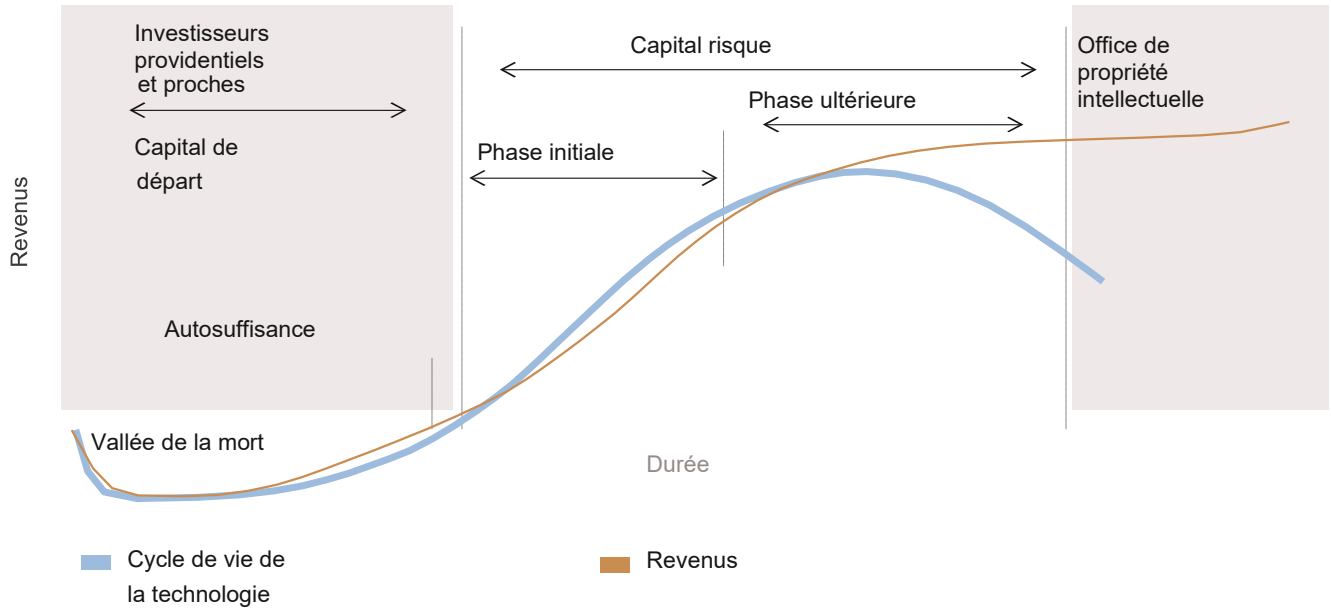
Subventions publiques

Les technologies classées TRL4 ou à un niveau inférieur ont peu de chances de retenir l'attention des investisseurs traditionnels, car elles s'accompagnent d'un certain nombre de risques sur les plans technique et commercial. En outre, il est possible qu'il n'existe pas d'entité juridique à même de recevoir le financement. La technologie a tendance à être en cours de développement, souvent au sein d'une institution plus large telle qu'une université. À ce stade, le financement nécessaire pour permettre à la technologie de progresser sur l'échelle de maturité proviendra généralement du budget de recherche de l'université ou de subventions publiques.

Il existe des exceptions à cette règle. Certains gouvernements ont mis en place des mécanismes d'aide à la création d'entreprises sous forme de subventions limitées ou de prêts à long terme pour permettre aux start-ups de développer et valider leurs technologies ou leurs modèles commerciaux de manière indépendante. Plus rarement, un investisseur providentiel peut avancer une petite somme destinée à financer la validation et la phase de recherche-développement.

Source : De l'idée à l'entreprise : guide de la propriété intellectuelle à l'intention des jeunes entreprises. Publication de l'OMPI n° 961

Figure 7. Phases de financement



Ce graphique des sources de financement s'inspire d'écosystèmes ayant une longue tradition d'investissement dans les jeunes entreprises. Dans la pratique, les sources de financement varient d'un pays à l'autre.

Il convient de noter que le financement avant création de revenus (lors de la traversée de la vallée de la mort) provient généralement de proches, d'investisseurs providentiels et, éventuellement, de subventions publiques.

La plupart des sociétés de capital-risque préfèrent investir dans des entreprises qui ont déjà un flux de trésorerie positif (c'est-à-dire qui gagnent plus qu'elles ne dépensent). Pour autant, certains fonds de capital-risque, généralement dans les secteurs de haute technologie, peuvent intervenir avant la phase de création de revenus.

En général, une jeune entreprise passe par plusieurs étapes de mobilisation de fonds, allant des investisseurs providentiels au capital-risqueur. À chaque étape, le montant investi sera sensiblement plus élevé que durant l'étape précédente.

Il convient de noter que, dans les premières phases, la courbe des revenus (orange) est susceptible de suivre la courbe du cycle de vie de la technologie (bleue). L'un des enseignements à tirer en l'espère est que, si l'entreprise ne continue pas à innover et se repose sur la technologie qu'elle a mise au point à l'origine, ses revenus risquent de diminuer à mesure que cette technologie vieillit.

Les subventions officielles à la recherche sont susceptibles d'être assorties de conditions concernant de la propriété et l'utilisation de tout actif généré à l'aide de ces fonds. De fait, l'organisme public ou l'université où est conduite la recherche peut avoir sur la propriété intellectuelle ainsi créée des droits susceptibles de limiter la capacité de la jeune entreprise à l'exploiter comme elle l'entend. Lorsque l'université met à disposition ses ressources (laboratoires, matériaux, ressources humaines) ou emploie le créateur de l'entreprise dérivée, elle-même ou les parties qui ont financé la recherche peuvent revendiquer la propriété totale ou partielle des actifs créés. Ces questions sont régies par la législation locale et les politiques de l'université[50], de sorte que les créateurs d'entreprises ont tout intérêt à s'en informer.

Le financement de projets de collaboration, de consortiums et de programmes de recherche internationaux peut être assujetti à des conditions similaires, qui restreignent l'utilisation et l'attribution de la nouvelle propriété intellectuelle créée. En outre, les participants du projet peuvent être amenés à mettre leur propre propriété intellectuelle à disposition. Si le modèle économique d'une jeune entreprise nécessite l'exploitation de la propriété intellectuelle nouvellement créée, qui peut dépendre de la propriété intellectuelle préexistante d'un tiers, l'entrepreneur aura à s'intéresser à la question de la liberté d'exploitation.

Les jeunes entreprises peuvent également bénéficier d'autres dispositifs gouvernementaux conçus pour encourager l'innovation (cf. Listes en annexe). Ainsi, certaines entreprises pourront déduire les dépenses de recherche-développement dans leurs déclarations d'impôts, réduisant d'autant leurs coûts. D'autres mécanismes, tels que la "Patent box", permettent aux entreprises de bénéficier d'un avantage fiscal sur les revenus qu'elles tirent de leurs droits de propriété intellectuelle.

Investisseurs proches

À tout moment, les jeunes entreprises peuvent avoir accès à un financement non institutionnel provenant d'amis ou de membres de la famille. Il s'agit généralement de prêts d'un faible montant consentis de gré à gré et qui peuvent ne pas apparaître dans les comptes de la jeune entreprise. Lorsqu'il fait appel à de telles sources de financement, l'entrepreneur doit veiller à consigner cet apport de capitaux afin d'éviter d'éventuelles responsabilités juridiques ou fiscales par la suite.

50 Pour de plus amples informations, voir OMPI : "Les politiques en matière de propriété intellectuelle pour les universités." www.wipo.int/about-ip/ fr/ universities_research/ip_policies/index.html#toolkit.

Lorsque le lancement et les premières étapes de développement d'une start-up sont autofinancés, la titularité des droits de propriété intellectuelle peut devenir un problème en cas de pluralité de fondateurs. Les associés doivent tout particulièrement régler la question de l'attribution de la propriété intellectuelle le plus tôt possible. Cela se fait généralement au moyen d'une convention entre actionnaires. Un cofondateur peut, par exemple, financer la jeune entreprise, tandis que l'autre apporte la propriété intellectuelle ou les connaissances techniques qui permettront de créer un nouvel actif de propriété intellectuelle. Une bonne pratique consiste à céder tous les titres de propriété intellectuelle à la jeune entreprise et à effectuer toute nouvelle demande de protection par l'intermédiaire de l'entreprise plutôt qu'au nom des entrepreneurs eux-mêmes.

Investisseurs providentiels[51]

Les investisseurs providentiels sont des personnes qui investissent leur propre argent, à la différence des fonds de capital-risque qui gèrent les capitaux de tiers. Les investisseurs providentiels ont tendance à investir dans des domaines dans lesquels ils ont une expérience professionnelle ou un intérêt. Par rapport aux fonds de capital-risque, ils investissent généralement de plus petits montants, mais le font habituellement à un stade plus précoce. Outre les capitaux, les investisseurs providentiels peuvent partager leurs compétences et leur expertise et contribuer au développement du produit et de l'entreprise et, ultérieurement, à sa gestion et à la recherche de nouveaux bailleurs de fonds.

À l'instar des sociétés de capital-risque, les investisseurs providentiels reçoivent généralement une participation dans la nouvelle entreprise en échange de leur investissement. Ils sont donc intéressés à l'entreprise, mais pas nécessairement dans à sa propriété intellectuelle ou aux actifs qu'elle crée. Les investisseurs providentiels exigent rarement des droits sur la propriété intellectuelle préexistante ; s'il reçoit une demande en ce sens, l'entrepreneur doit y répondre avec beaucoup de prudence. En revanche, les investisseurs demandent souvent aux start-ups de céder leurs droits de propriété intellectuelle à la nouvelle entreprise, notamment lorsque ces droits appartiennent à une entité distincte telle qu'une université ou à un particulier tel que l'entrepreneur.

Fonds de capital-risque[52]

Les fonds de capital-risque sont beaucoup plus institutionnalisés que les investisseurs providentiels. Ils gèrent généralement des capitaux mis en commun par d'autres investisseurs, des particuliers fortunés ou d'autres fonds. Collectivement, les investisseurs d'un fonds de capital-risque sont appelés les "commanditaires". La plupart des sociétés de capital-risque ont un domaine d'investissement de prédilection et ont tendance à investir à certains stades. Les montants qu'elles investissent varient d'une société de capital-risque à l'autre. En raison de leur caractère institutionnel et de leur obligation fiduciaire envers leurs commanditaires, les procédures en matière de diligence raisonnable et les décisions d'investissement des fonds de capital-risque prennent plus de temps que celles d'un investisseur providentiel.

Lorsqu'ils s'adressent à un fonds de capital-risque, les entrepreneurs doivent s'assurer que le domaine d'activité de l'entreprise et les montants dont elle a besoin correspondent aux critères d'investissement du fonds. Une start-up qui crée des applications mobiles et qui souhaite lever 500 000 dollars É.-U. a peu de chances d'intéresser un fonds de capital-risque spécialisé dans les sciences de la vie qui n'investit jamais moins de 2 millions de dollars.

Il va de soi que les entrepreneurs doivent rechercher des capitaux de démarrage si leurs projets ne génèrent pas encore de revenus ; mais une entreprise qui dispose déjà d'un flux de trésorerie positif peut aussi souhaiter lever des fonds (sous forme de

51 Voir en annexe des exemples de sociétés d'investissements et fonds de capital-risque présents sur la zone OAPI.

52 Voir en annexe des exemples de sociétés d'investissements et fonds de capital-risque présents sur la zone OAPI.

vente d'actions), par exemple pour accélérer sa croissance, se positionner sur de nouveaux marchés ou commercialiser de nouveaux produits. L'objectif fondamental est d'augmenter la valeur de la nouvelle société. En général, la part des fondateurs diminue considérablement au fur et à mesure des différentes étapes de financement. Le principe de base est que, lorsque la valeur de l'entreprise augmente, la valeur de l'action augmente également. Si l'entreprise est performante et que sa valeur globale augmente, un petit pourcentage de capitaux propres vaudra davantage.

À titre d'exemple, imaginons qu'une entrepreneuse détienne 80% des actions d'une start-up dont la valeur est estimée à 1 million de dollars É.-U. La valeur de son capital est de 800 000 dollars. Après plusieurs campagnes de mobilisation de fonds, la valeur de l'entreprise passe à 500 millions de dollars, mais la part de l'entrepreneuse est désormais de 10% du capital. La valeur de sa participation est passée à 50 millions de dollars.

Valorisation de l'entreprise

Comme indiqué précédemment, la propriété intellectuelle est un actif qu'il est possible d'évaluer. Cette évaluation facilite sa commercialisation et crée également une base pour accroître la valeur de l'entreprise.

Dans l'économie actuelle fondée sur le savoir, les actifs incorporels des entreprises représentent une part plus importante de leur valeur globale, et les actifs physiques une part de plus en plus faible. C'est particulièrement vrai pour les start-ups, dont beaucoup s'appuient sur une seule innovation – un élément intangible – et n'ont pratiquement pas d'actifs physiques. La valeur de ces entreprises représente grosso modo la valeur de leur innovation à laquelle s'ajoutent les connaissances détenues par leurs créateurs.

Cependant, l'évaluation de la propriété intellectuelle est complexe et souvent difficile[53], et plus particulièrement pour les jeunes entreprises, car leur propriété intellectuelle est susceptible d'être immature, au stade de la recherche-développement ou en cours d'enregistrement. La valeur de la propriété intellectuelle n'est pas non plus constante. Elle évolue dans le temps sous l'influence de nombreux facteurs, notamment la délivrance d'un brevet, la validation de la technologie, les manifestations d'intérêt de la part d'éventuels preneurs de licence, la demande présumée pour la technologie, la mesure dans laquelle elle peut être substituée par d'autres, etc. De même, le refus d'une demande de brevet, une contestation juridique de la titularité, l'apparition d'un produit différent mais concurrentiel ou un nouvel obstacle réglementaire peuvent faire baisser la valeur de la propriété intellectuelle.

Néanmoins, il convient de procéder à une évaluation dans la mesure du possible. Pour commencer, il importe de garder à l'esprit la différence de valeur potentielle entre un actif de propriété intellectuelle commercialisé par une jeune entreprise et un actif de propriété intellectuelle concédé sous licence à une grande société. Au départ, le premier aura une valeur beaucoup plus faible que le second en raison des risques associés aux jeunes entreprises. Toutefois, si une start-up parvient à franchir les différentes étapes de son développement et à valider son modèle commercial, la valeur de son actif de propriété intellectuelle augmentera et pourra atteindre une valeur monétaire beaucoup plus élevée que celle qui pourrait être obtenue par la concession de licences.

53 Voir OMPI. IP PANORAMA. Module 11 sur l'évaluation de la propriété intellectuelle www.wipo. int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ ip_panorama_11_learning_points.pdf ; et Bureau d'assistance européen pour les DPI. "Fact sheet – Intellectual Property Valuation." (Fiche d'information sur l'évaluation de la propriété intellectuelle) https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa. eu/ip-business_en.

Tableau 1. Quand lancer une évaluation de la propriété intellectuelle ?

Type d'opération	Facteurs déclenchants
Transaction	Licences d'actifs de propriété intellectuelle, franchisage Vente ou achat d'actifs de propriété intellectuelle Fusions-acquisitions, cessions, création d'entreprises dérivées Coentreprise ou alliance stratégique Don d'actifs de propriété intellectuelle
Application des droits de propriété intellectuelle	Calcul des dommages-intérêts en cas d'atteinte aux droits de propriété intellectuelle
Utilisation interne	Investissement dans la recherche-développement Gestion interne des actifs de propriété intellectuelle Financement stratégique ou levée de fonds/capital Relations avec les investisseurs
Autres raisons	Rapports financiers Faillite/liquidation Optimisation fiscale Assurance des actifs de propriété intellectuelle

Compte tenu de ce qui précède, l'évaluation de la propriété intellectuelle en phase de démarrage est utile à plusieurs égards, notamment :

- **Pour calculer la part des fonds propres de la partie qui apporte l'actif de propriété intellectuelle dans une jeune entreprise** (par opposition à la partie qui apporte le capital). Par exemple, imaginons qu'une demande de brevet soit évaluée à 100 000 dollars É.-U. et qu'une autre partie soit prête à investir le même montant dans l'entreprise. Sur cette base, les associés détiendront chacun 50% du capital de la jeune entreprise, à condition que d'autres considérations ne modifient pas la structure du capital.

- **Pour attirer les investisseurs :** une jeune entreprise en quête de financement doit être évaluée afin que les investisseurs potentiels puissent déterminer le montant de fonds propres qu'ils pourront acquérir. L'évaluation de la propriété intellectuelle peut augmenter la valeur de l'entreprise, ce qui permet aux fondateurs d'augmenter leur capital pour le même montant de financement. Imaginons, par exemple, qu'un investisseur soit prêt à investir 100 000 dollars É.-U. dans une entreprise en phase de démarrage. Si l'entreprise est évaluée à 500 000 dollars, l'investisseur recevra 20% des fonds propres. Cependant, si la valeur de la même entreprise est fixée à 1 million de dollars sur la base d'une évaluation de la propriété intellectuelle, les fondateurs verront leur participation augmenter et l'investisseur recevra 10% du capital pour le même investissement.

- **Une start-up peut souhaiter acquérir sous licence un actif de propriété intellectuelle appartenant à un tiers, tel qu'une université.** La valeur de la propriété intellectuelle à prendre sous licence aura une incidence sur le coût d'établissement de

l'entreprise. Dans une telle situation, l'entreprise peut négocier une option (en vue de prendre une licence à une date ultérieure), rechercher des capitaux auprès d'investisseurs (pour payer la licence) ou négocier avec le propriétaire de l'actif souhaité un système de paiement différé (en vertu duquel les redevances dues seront payées lorsque l'entreprise générera un flux de trésorerie positif).

- **La propriété intellectuelle devra également être évaluée lorsqu'elle sera vendue, concédée sous licence,** utilisée comme garantie d'un prêt ou pour bénéficier d'avantages fiscaux (dans les pays dotés d'une politique fiscale incitative). Une entreprise peut également évaluer l'ensemble de son portefeuille de propriété intellectuelle et l'intégrer au bilan pour augmenter sa valeur.

Plusieurs méthodes[54] sont utilisées pour évaluer les actifs de propriété intellectuelle. Les plus courantes sont décrites ci-après :

Méthode fondée sur le coût

La méthode fondée sur le coût consiste à évaluer la valeur d'un actif de propriété intellectuelle en calculant le coût de développement d'un actif similaire (ou identique) en interne ou à l'extérieur. Elle tient compte les dépenses directes et les coûts d'opportunité ainsi que de l'obsolescence. La valeur finale de l'actif de propriété intellectuelle est obtenue, par exemple, en calculant le coût de développement corrigé de l'inflation afin d'obtenir une valeur actualisée, et déduction faite de l'obsolescence.

Les calculs de l'obsolescence d'un actif de propriété intellectuelle tiennent compte des dimensions fonctionnelle, technologique et économique de l'obsolescence.

L'obsolescence fonctionnelle recouvre le coût opérationnel supplémentaire engendré par l'utilisation d'un actif de propriété intellectuelle par rapport aux solutions de substitution contemporaines, qui peuvent être à la pointe de la technique.

L'obsolescence technologique entre en ligne de compte lorsque le progrès technique ôte toute valeur à un actif de propriété intellectuelle. Par exemple, les brevets sur une nouvelle génération de lecteurs de disquettes risquent de ne pas avoir de valeur car des options technologiquement supérieures sont déjà disponibles. Il y a obsolescence économique lorsque l'utilisation d'un actif de propriété intellectuelle sous sa forme la plus avancée et la plus aboutie ne permet pas d'obtenir un retour sur investissement adéquat.

La méthode fondée sur les coûts comporte deux variantes. La méthode des coûts de reproduction est basée sur le coût d'une réplique exacte de l'actif de propriété intellectuelle. La méthode du coût de remplacement est basée sur le coût de création d'un actif de propriété intellectuelle similaire remplissant la même fonction.

Méthode fondée sur la valeur de marché

La méthode fondée sur la valeur de marché se base sur une comparaison avec le prix réel d'un actif de propriété intellectuelle similaire dans des circonstances identiques. Pour effectuer une évaluation au moyen de cette méthode, il faut un marché actif ainsi qu'un actif de propriété intellectuelle identique ou un groupe d'actifs de propriété intellectuelle comparables ou similaires. Si les actifs ne sont pas parfaitement comparables, il convient de trouver des variables pour tenir compte des différences.

Cette méthode est plus précise dans la mesure où l'on dispose d'informations sur la nature et l'étendue des droits cédés, y compris des informations détaillées sur les conditions générales et les circonstances de la transaction (s'il s'agit d'une licence croisée, ou si une licence a été convenue en règlement d'un contentieux, etc.).

54 Ibid.

Par définition, toutefois, un actif de propriété intellectuelle est unique. Il n'est pas possible de trouver des actifs parfaitement identiques ou très fortement comparables. En outre, même s'il était possible de localiser avec succès des transactions se rapportant à des actifs de propriété intellectuelle hautement similaires, il serait extrêmement difficile d'obtenir des informations précises à leur sujet car de telles informations seraient généralement confidentielles.

Méthode fondée sur le revenu

La méthode fondée sur le revenu consiste à estimer la valeur d'un actif sur la base du revenu économique que l'on s'attend à ce que cet actif produise, et en l'actualisant. C'est la méthode d'évaluation des actifs de propriété intellectuelle la plus utilisée.

Pour l'appliquer, il faut projeter les flux de revenus (ou les économies) générés par un actif de propriété intellectuelle sur le reste de sa durée de vie utile, corriger ces revenus ou économies des coûts directement liés à l'actif de propriété intellectuelle, évaluer les risques et, enfin, ajuster le revenu à sa valeur actuelle en appliquant un coefficient d'actualisation ou de capitalisation.

Attirer des partenaires et des collaborateurs

Un portefeuille de propriété intellectuelle bien géré indique qu'une entreprise attache de l'importance à sa propriété intellectuelle et qu'elle a pris des mesures pour la protéger. Cela donne confiance aux collaborateurs potentiels. On peut en effet en déduire que l'environnement est propice, que les innovations seront respectées et protégées et que le contrat de coentreprise sera sûr. Le thème de la collaboration et de la propriété intellectuelle a récemment pris de l'importance dans le contexte de ce qu'on appelle "l'innovation ouverte".

Les entreprises qui pratiquent l'innovation ouverte recourent activement aux collaborateurs externes en vue d'étoffer leur offre en valorisant les idées provenant de l'extérieur. Par le passé, l'innovation se produisait généralement dans un environnement fermé ; elle était générée au sein des organisations avec peu d'apport extérieur. Aujourd'hui, il est plus courant que les organisations sollicitent la contribution de parties externes. Les petites entreprises cherchent de plus en plus à participer à des projets de plus grande envergure et à faire valoir leurs références en matière d'inventivité et de créativité en prenant des mesures pour gérer leurs actifs de propriété intellectuelle afin se positionner au mieux pour collaborer avec de grandes entreprises.

Si les modèles d'innovation ouverte peuvent créer d'énormes opportunités pour les jeunes entreprises, celles-ci doivent faire très attention à la titularité des droits de propriété intellectuelle et aux contrats de licence qui peuvent constituer une condition de participation. Les parties qui sollicitent une collaboration demandent souvent à leurs partenaires de céder les droits de propriété intellectuelle ou d'accorder des licences étendues. Cette situation peut ne pas être compatible avec le modèle économique de l'entreprise ou avec ses intérêts.

GESTION DES RISQUES

Le succès d'une start-up dépend autant de sa compréhension des risques liés au fait d'ignorer le système de la propriété intellectuelle que de sa capacité d'utiliser ce système pour renforcer sa compétitivité. Si elle ne protège pas les innovations dont elle dépend, l'entreprise se privera des options évoquées plus haut pour renforcer et développer son activité. Si elle ne comprend pas le fonctionnement du système de la propriété intellectuelle, elle s'expose à des attaques et à des coûts inutiles. Les jeunes entreprises doivent inclure en priorité la gestion des risques liés à la propriété intellectuelle dans leur stratégie commerciale globale. Les principaux risques sont décrits ci-dessous.

Clarifier les droits de propriété et d'utilisation

Absence de protection précoce

Comme abordé plus haut, les jeunes entreprises de technologie innovantes ont souvent pour vocation de commercialiser un seul produit ou service innovant. L'innovation est donc leur principale source de valeur, pour ne pas dire la seule. L'un des risques majeurs qui guettent ces entreprises est de se voir déposséder de cet actif par des tiers, faute de l'avoir protégé, ce qui mettra en péril l'ensemble de leur modèle économique. Toute start-up doit donc prendre des mesures afin de protéger son innovation et d'empêcher ainsi que des tiers se l'approprient. La gestion de ce risque implique, par exemple, de prendre des mesures pour :

- **Enregistrer rapidement ;**
- **Respecter les délais et les échéances d'enregistrement ;**
- **Rédiger une revendication de brevet solide, afin d'éviter les contournements ;**
- **Obtenir une protection sur tous les marchés pertinents ;**
- **Protéger toutes les améliorations postérieures.**

Comme les droits de propriété intellectuelle sont de nature territoriale, la stratégie de protection de l'entreprise doit englober tous les marchés sur lesquels elle a des intérêts. Une fois la protection obtenue, l'entreprise doit continuer à la maintenir en vigueur en payant toutes les taxes nécessaires.

Éviter les fuites

Les start-ups sont également menacées si elles ne parviennent pas à préserver la confidentialité de leurs actifs de propriété intellectuelle potentiels jusqu'à ce qu'elles aient déposé une demande de protection. Comme indiqué précédemment dans ce guide, si l'entreprise divulgue son innovation ou son dessin ou modèle (même à un nombre de personnes restreint), elle ne pourra plus se prévaloir de la nouveauté et ne remplira plus les conditions requises pour l'obtention de la protection (à moins que la divulgation n'ait été effectuée durant un éventuel délai de grâce).

Dans ce cas, l'entreprise peut subitement devenir non viable. De même, les informations commerciales confidentielles qui ont été divulguées ne peuvent plus être protégées en tant que secrets d'affaires, à moins que la divulgation n'ait lieu dans le cadre d'un accord de confidentialité. Les jeunes entreprises doivent donc prioritairement établir et mettre en place des accords et des pratiques en matière de confidentialité avec leur personnel et les tiers, notamment les fournisseurs, les partenaires et les clients.

Incapacité d'obtenir la cession des droits

Les salariés, les fournisseurs ou les sous-traitants peuvent contribuer aux innovations ou en être à l'origine. Une start-up ne doit jamais supposer qu'elle est propriétaire de ce sur quoi ses employés ou sous-traitants ont travaillé. Les dispositions particulières de la législation nationale doivent toujours être prises en considération dans de telles situations.

Dans certains pays, lorsqu'une invention est créée au cours et dans le cadre de l'emploi, la loi en attribue automatiquement la propriété à l'employeur. Toutefois, étant donné que de nombreuses start-ups finiront par se lancer à l'étranger, où la législation peut être différente, il est recommandé d'inclure des clauses relatives à la propriété intellectuelle dans les contrats de travail. Il convient d'analyser avec soin à la fois la manière dont la propriété intellectuelle sera utilisée au moment de sa création et au fur et à mesure de l'évolution de l'entreprise. Il y a lieu de se reporter

systématiquement à la législation nationale, car elle peut prévoir que les salariés qui innovent ont un droit de préemption ou qu'ils doivent être récompensés, etc.

Pour des raisons similaires, lorsqu'une startup conclut un contrat avec un tiers, elle doit impérativement traiter et clarifier la question de la titularité des droits de propriété intellectuelle. Si la création ou l'invention est le fait d'un sous-traitant, le contrat doit prévoir la cession à la start-up de tout résultat nécessaire au succès de l'entreprise. En l'absence d'une telle clause, notamment dans le cas de la conception de logiciels ou de sites Web et de la photographie, le sous-traitant est généralement titulaire par défaut des droits de propriété intellectuelle correspondants, à moins que ceux-ci n'aient été expressément cédés à l'entreprise. Là encore, la start-up a tout intérêt à anticiper, à consulter la législation nationale et à préciser dans tous ses contrats de travail et contrats avec des parties externes de quelle manière la titularité des droits sera déterminée. Les contrats doivent stipuler que toute innovation créée par des salariés ou réalisée par des tiers sur commande sera cédée à la start-up.

Il peut aussi arriver qu'une jeune entreprise ait plusieurs fondateurs, qui ont tous joué un rôle dans la création et la mise au point de l'idée initiale du produit. Si l'un ou plusieurs d'entre eux quittent la société sans lui céder leurs droits, celle-ci peut être amenée à cesser son activité faute des droits de propriété intellectuelle nécessaires.

À l'instar des start-ups qui emploient des tiers ou recourent à leurs services, les grandes entreprises font appel à de plus petites pour effectuer certaines tâches. C'est souvent le cas dans les environnements d'innovation ouverte, où il n'est pas rare que les grandes entreprises recourent à de petites structures spécialisées pour résoudre des problèmes techniques spécifiques. Dans cette situation, la start-up se trouve dans la position de sous-traitant externe. Avant d'entreprendre ce type de travaux, la start-up devra déterminer avec la grande entreprise la titularité des droits de propriété intellectuelle sur les résultats de ces activités. Cette question promet d'être particulièrement complexe si la start-up met au point une nouvelle solution (propriété intellectuelle ultérieure) à partir de la propriété intellectuelle d'une tierce partie (propriété intellectuelle préexistante). Dans un tel cas, il est essentiel de préciser les droits dévolus à chaque partie ainsi que les restrictions éventuelles à l'utilisation de la propriété intellectuelle en découlent. Il s'agit de questions complexes qui doivent être étudiées avec soin et négociées à l'avance.

La start-up doit s'assurer que la propriété intellectuelle qu'elle crée lui revient de plein droit. Si ce n'est pas possible, elle doit obtenir l'autorisation d'utiliser la propriété intellectuelle en question à des fins convenues. Comme pour les biens physiques, l'objectif est de lever tout doute quant à leur propriétaire.

Prévenir les litiges

Les litiges coûteux peuvent ruiner les jeunes entreprises, qui n'ont généralement pas les ressources nécessaires pour se défendre contre une action en justice. Les procédures judiciaires sont souvent l'arme privilégiée des grandes entreprises (et de tout concurrent ayant les ressources nécessaires) pour faire dévier une start-up de sa trajectoire. Les jeunes entreprises sont également menacées par des "entités non productives" (également qualifiées de "chasseurs de brevets"), dont le modèle économique consiste à rechercher les petites entreprises qui utilisent des technologies protégées et à les menacer de poursuites si elles ne prennent pas de licence.

Les risques de ce type peuvent être atténués ou éliminés en vérifiant les droits des tiers et en veillant à ne pas y porter atteinte pas enfreints. Tous les droits enregistrés peuvent être consultés (généralement 18 mois après le dépôt de la demande pour les brevets) et les start-ups peuvent facilement s'assurer qu'elles n'utilisent pas de technologie protégée ni de signes ou de dessins ou modèles qui appartiennent à des tiers. De même, les jeunes entreprises doivent veiller à ne pas porter atteinte aux droits d'autrui et à ne pas accéder

illégalement à des informations commerciales confidentielles. Tout faux pas peut entraîner des poursuites judiciaires coûteuses, faire perdre un temps précieux à l'entreprise ou nuire à sa réputation.

Liberté d'exploitation

Une jeune entreprise peut détenir des droits de propriété intellectuelle qui couvrent son créneau d'innovation sans que ces droits suffisent à eux seuls pour qu'elle puisse commercialiser son produit. En effet, la plupart des droits de propriété intellectuelle, et des droits de brevet en particulier, sont des "droits négatifs"[55]. Le titulaire d'un brevet n'a pas automatiquement le droit d'utiliser et d'exploiter l'invention revendiquée dans son document de brevet. Un brevet confère simplement à son titulaire le droit d'empêcher des tiers d'utiliser l'invention brevetée. Par conséquent, il est probable que l'entreprise doive obtenir d'autres droits de propriété intellectuelle avant de pouvoir commercialiser son produit.

55 Il importe de préciser que, dans une analyse de la liberté d'exploitation portant sur un brevet, ce sont les revendications (partie spécifique d'un document de brevet) qui définissent la portée juridique du brevet. Les informations importantes aux fins de l'analyse de la liberté d'exploitation sont divulguées dans cette partie.

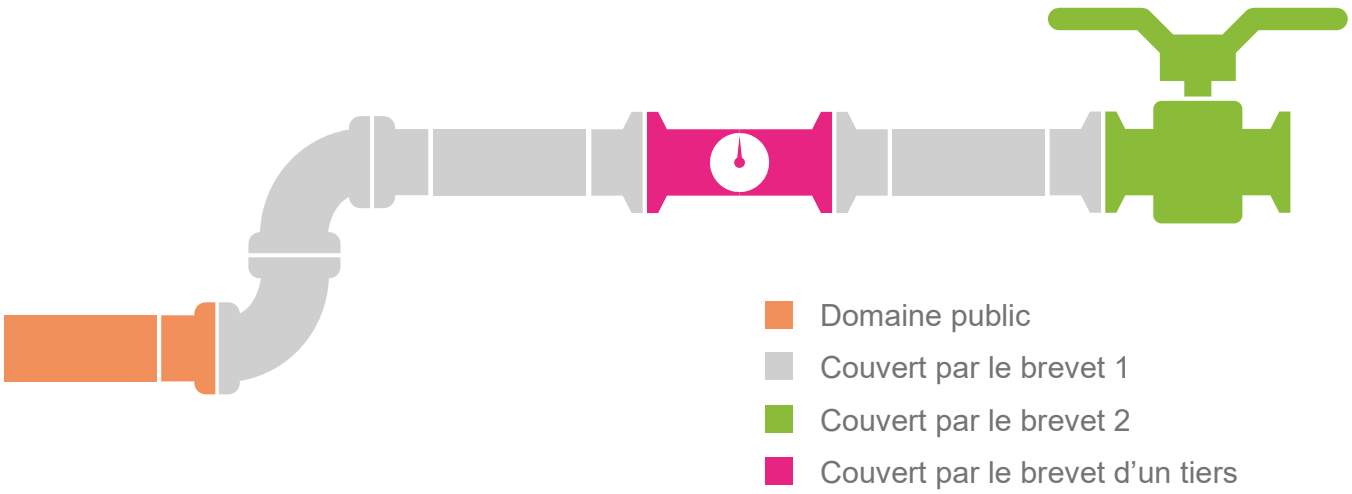
Imaginons par exemple qu'une startup souhaite commercialiser une nouvelle station de recharge innovante pour trottinettes électriques. Le produit comprend notamment un câble de charge rétractable. Sur le marché où la start-up souhaite fabriquer ou vendre son produit, une autre entreprise détient un brevet sur le système d'enroulement automatique du câble. Pour vendre son chargeur innovant avec le câble de charge rétractable, la start-up peut avoir besoin de l'autorisation de cette entreprise. Si elle commercialise son produit sans autorisation, il est probable le titulaire du brevet sur le système d'enroulement se manifeste. Il pourrait exiger que la start-up cesse d'utiliser le câble ou qu'elle lui verse des dommages-intérêts pour utilisation non autorisée d'actifs de propriété intellectuelle protégés.

Pour éviter de telles situations, les entreprises doivent effectuer des recherches en vue d'identifier les titulaires de droits de propriété intellectuelle susceptibles de les empêcher de commercialiser leurs produits sur les marchés qui les intéressent. C'est ce que l'on appelle l'analyse de la liberté d'exploitation[56].

Voir "La propriété intellectuelle et les entreprises : Lancement d'un nouveau produit : évaluation de votre liberté d'agir." Dans le Magazine de l'OMPI, septembre 2005. www.wipo.int/wipo_magazine/ fr/2005/05/article_0006.html.

Figure 8. Un exemple d'analyse de la liberté d'exploitation :
Le produit A, ses sous-composants et les brevets qui couvrent chaque sous_composant

Source : De l'idée à l'entreprise : guide de la propriété intellectuelle à l'intention des jeunes entreprises. Publication de l'OMPI n° 961



Dans cet exemple, la start-up a un problème car la vanne (en rose) a été brevetée par un tiers. Elle a les options suivantes :

- ***retirer la vanne protégée du produit final ;***
- ***choisir une conception différente, pour éviter d'utiliser la vanne brevetée ;***
- ***acquérir le brevet ou obtenir du titulaire du brevet une licence lui permettant d'utiliser le système de vanne ;***
- ***contester la validité du brevet.***

Il est probable que le produit ne fonctionne pas sans la vanne, c'est pourquoi la première option peut ne pas être envisageable. Si la start-up n'est pas en mesure de concevoir un autre type de vanne, elle peut s'adresser au titulaire du brevet pour le lui racheter ou solliciter une licence d'exploitation. Toutefois, si le titulaire du brevet ne souhaite pas vendre le brevet sur la vanne protégée ou en concéder l'exploitation sous licence, ou s'il n'y consent qu'à un prix trop élevé pour le modèle économique de l'entreprise, la start-up peut être contrainte d'abandonner le projet, courir le risque d'être poursuivie pour atteinte aux droits de brevet ou s'engager dans une tentative coûteuse et incertaine visant à faire invalider le brevet. Ces issues peuvent être très préjudiciables pour une start-up qui a déjà réalisé un investissement conséquent en temps et en ressources afin de mettre au point et de commercialiser son produit.

Si la liberté d'exploitation est souvent évoquée dans le contexte des brevets, d'autres droits de propriété intellectuelle peuvent aussi donner lieu à des difficultés dans ce domaine. Ainsi, la start-up souhaitait appeler son produit "Jambu". Elle a découvert que ce nom était déjà protégé et utilisé pour un produit différent. Dans ce cas, le nom pourrait être utilisé, car deux marques peuvent coexister sur le même territoire pour des types de produits différents, à moins que l'une d'entre elles soit considérée comme une "marque notoire" (auquel cas, il peut y avoir des restrictions).

Imaginons d'autres exemples : une start-up souhaite produire du matériel informatique, mais elle a besoin d'un logiciel protégé par le droit d'auteur pour le faire fonctionner ou pour qu'il soit compatible avec d'autres systèmes. Ou encore, une start-up qui a mis au point une application mobile a besoin d'accéder à une interface de programmation ou à des kits de développement logiciel appartenant à un tiers. Dans le contexte du droit d'auteur, les licences sur les logiciels open source peuvent être assorties d'obligations contractuelles qui empêchent la start-up d'exploiter commercialement le code source original ou de rendre le sien accessible au public.

La start-up doit procéder à une analyse de la liberté d'exploitation dans chaque zone géographique dans laquelle son produit sera commercialisé. Les droits de propriété intellectuelle n'étant valables que dans les pays ou régions qui les ont reconnus, l'analyse de la liberté d'exploitation peut donner des résultats différents selon le pays étudié.

Pour toutes les raisons susmentionnées, les start-ups ont tout intérêt à procéder à une analyse de la liberté d'exploitation le plus tôt possible sur tous les marchés qui les intéressent avant de consacrer des ressources importantes à la mise au point d'un produit. Les entreprises qui ne prennent pas cette précaution sont susceptibles de payer plus cher pour accéder à la technologie et elles risquent d'être confrontées à des procédures judiciaires qui peuvent nuire à leur réputation. Les entreprises qui ne disposent pas des ressources nécessaires pour entreprendre une analyse complète de la liberté d'exploitation sur tous les marchés visés devront peut-être établir des priorités (en fonction des marchés, des caractéristiques du produit ou des titulaires de brevets présentant le risque le plus élevé, etc.).

Éviter le gaspillage de temps et de ressources

De nombreuses start-up commettent l'erreur de "tomber amoureuses" de leur idée et ne vérifient pas si elle est réellement nouvelle ; elles se contentent de supposer que personne d'autre n'a eu la même idée ou une déclinaison de celle-ci. Ce genre d'omission peut condamner le produit et l'entreprise à l'échec. Si d'autres entreprises ont eu une idée identique ou similaire et ont pris des mesures pour la protéger sur les marchés qui intéressent la start-up, cette dernière ne pourra pas s'y implanter.

Les jeunes entreprises doivent donc prendre la peine de s'intéresser au contexte concurrentiel. Elles obtiendront ainsi des informations cruciales et pourront éviter les mauvaises surprises coûteuses. Une start-up qui s'informe sur la concurrence peut concentrer ses efforts de recherche-développement dans des domaines qui offrent des opportunités, orienter ou restructurer son processus de développement selon que de besoin, adapter son modèle économique ou tout simplement abandonner son idée.

Les bases de données accessibles au public sont des sources d'informations importantes et peuvent aider les jeunes entreprises à prendre ces décisions et à éviter les erreurs. Un certain nombre de bases de données sur les brevets qui contiennent des demandes de brevet publiées ou des brevets délivrés ainsi que des bases de données sur les marques et les dessins et modèles sont accessibles gratuitement. Ce sont des sources essentielles d'information technique, juridique et commerciale.

UTILISATION DE BASES DE DONNEES DE PROPRIETE INTELLECTUELLE

Comme mentionné précédemment, lorsqu'une start-up dépose une demande de brevet, de marque ou de dessin ou modèle industriel, l'autorité nationale ou régionale compétente en la matière rend la demande publique après une période dont la durée dépend du droit de propriété intellectuelle et du territoire concerné. Les bases de données sur les brevets, les marques et les dessins et modèles industriels fournissent d'importantes informations commerciales, techniques et juridiques qui sont librement accessibles à toute personne disposant d'une connexion Internet. Ces bases de données sont des ressources utiles pour les start-ups tout au long de leur cycle de vie pour des questions allant de l'exploitation à la gestion des risques.

Bases de données sur les brevets

Pour obtenir un brevet, le déposant doit divulguer des informations sur l'invention de manière suffisamment détaillée pour permettre à une personne du métier de comprendre en quoi elle consiste. Ces informations sont conservées dans les bases de données sur les brevets, lesquelles :

- *contiennent des informations détaillées sur des solutions techniques ;*
- *sont souvent une source unique d'informations qui ne sont pas disponibles ailleurs ;*
- *couvrent une large gamme de domaines techniques et scientifiques ;*
- *répertorient les entrées selon les systèmes internationaux de classement des brevets, ce qui facilite la recherche.*

Toute start-up peut consulter gratuitement les bases de données administrées par son office national[57], **les bases de données de l'OAPI**[58], la base de données sur les brevets PATENTSCOPE [59], qui contient de nombreuses collections de brevets nationales et régionales, ainsi que d'autres bases de données mises à disposition par des organisations régionales telles qu'Espacenet, ou des bases de données administrées par des prestataires privés telles que Google Patents et lens.org. Les prestataires de services commerciaux privés peuvent aussi gérer des bases de données payantes comprenant des fonctions de recherche et d'analyse avancées. C'est notamment le cas de Derwent Innovation, Questel Orbit, PatBase, TotalPatentOne, Ambercite, PatSeer, PatSnap, WIPS Global et East Linden. Les start-ups peuvent accéder à ces bases de données gratuitement ou à des tarifs préférentiels dans les pays remplissant les conditions requises par le Programme d'accès à l'information spécialisée en matière de brevets (ASPI)[60].

Grâce aux offices de brevets nationaux, elles peuvent parfois bénéficier de certains services de consultation et de recherche gratuitement ou à moindre coût, comme c'est le cas dans les Structures Nationales de Liaison dans les pays membres de l'OAPI. Enfin, dans certaines régions, les jeunes entreprises peuvent utiliser les services proposés par les Centres d'appui à la technologie et à l'innovation (CATI, www.wipo.int/tisc). Les CATI disponibles sur la zone OAPI sont disponibles sur ce lien : **https://www.wipo.int/tisc/fr/search/**

La consultation des informations contenues dans les bases de données sur les brevets aide les jeunes entreprises :

- *à éviter de dupliquer des activités de recherche-développement qui ont déjà été effectuées ;*
- *à évaluer la brevetabilité d'une invention ;*
- *à éviter de porter atteinte aux brevets de tiers ;*
- *à évaluer la compétitivité et l'unicité de leurs inventions ;*
- *à exploiter des technologies décrites dans des demandes de brevet qui n'ont pas abouti et dans des brevets qui ne sont pas valables dans certains pays ou qui ne produisent plus leurs effets[61];*
- *à se renseigner sur les activités et les orientations de leurs concurrents ;*
- *à améliorer la planification des décisions commerciales en matière de concession de licences, de partenariats technologiques et de fusions-acquisitions.*

57 www.wipo.int/directory/fr/urls.jsp.
58 http://www.oapi.int/index.php/en/component/k2/item/473-base-de-donnees-de-marque-en-ligne-l-oapi-rejoint-tmview
59 www.wipo.int/patentscope.

Utilisation des données et des cartographies de brevets

Les "cartographies de brevets" sont le fruit de recherches et d'analyses systématiques des brevets dans un domaine technologique déterminé. Elles dressent un inventaire de la situation dans ce domaine du point de vue des solutions techniques potentiellement disponibles ainsi que des principaux acteurs et des acteurs émergents du secteur. Elle procède d'une recherche sur l'état de la technique par termes et par mots clés, par symboles tirés de la classification internationale des brevets (CIB) ou de la classification coopérative des brevets (CPC) et au moyen d'une série d'opérateurs de recherche pour obtenir des résultats plus précis. Il s'agit d'un processus itératif. Une fois les séries de données pertinentes finalisées, les différents domaines couverts par les brevets peuvent être analysés et visualisés, fournissant ainsi des renseignements concurrentiels, quantitatifs et qualitatifs essentiels aussi bien aux jeunes entreprises qu'aux instituts de recherche ou aux multinationales. Le type d'informations à analyser et présenter ou mettre en corrélation varie en fonction des objectifs[62].

Les cartographies de brevets peuvent inclure des cartes de représentation spatiale. Ces cartes permettent de visualiser la fréquence et la concentration de certains termes dans les documents de brevet supervisés (ensemble de données). Les zones d'intérêt élevé sont représentées sous forme de zones surélevées ou de "pics" et peuvent être saturées. Les zones moins actives se situent entre les pics : ces zones blanches sont particulièrement intéressantes pour les start-ups qui tentent de s'implanter sur un marché. Plusieurs sociétés proposent des variantes de cartes de représentation spatiale. C'est le cas, par exemple, de Derwent Innovation's Themescape, PatSnap Landscape et the Orbit concept map[63].

L'analyse des brevets fournit toute une série d'informations, notamment sur les questions suivantes :

- Les tendances dans le domaine technologique ciblé : dans un monde en mutation, certaines technologies deviennent rapidement obsolètes tandis que d'autres connaissent une croissance explosive, à l'instar de l'intelligence artificielle, stimulées par les mégadonnées. Si elles sont en mesure de situer leur technologie sur la courbe en "S"[64] et de connaître les domaines dans lesquels les technologies ciblées progressent, les entreprises pourront structurer leurs stratégies de communication et focaliser leurs activités de recherche-développement. Ces informations permettent aussi de repérer les pics d'activité en matière de brevets, les zones saturées dans lesquelles il peut être difficile de s'implanter ("océan rouge") et les zones de faible ("océan bleu") où la concurrence peut être moins forte (Figure 9 ci-dessous).

60 www.wipo.int/aspi.

61 Pour plus d'informations sur le recensement et l'utilisation des inventions du domaine public, voir OMPI (2020). Recensement des inventions dans le domaine public : guide à l'intention des inventeurs et des entrepreneurs. https://www. wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_1062.pdf. Voir aussi, OMPI. Utilisation des inventions relevant du domaine public : guide à l'intention des inventeurs et des entrepreneurs. www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_1063.pdf.

62 Voir aussi, OMPI. PATENTSCOPE. "Cartographies des brevets". www.wipo.int/patentscope/fr/programs/patent_landscapes.

63 Pour plus d'information on pourra consulter notamment : Derwent (https://www.derwentinnovation.com/login/) et PatSnap (https://www.patsnap.com/).

64 Une courbe technologique en "S" est une représentation graphique du cycle de vie d'une technologie particulière qui donne une vue d'ensemble de son émergence, sa croissance, sa maturité et son déclin

Figure 9 : Les diverses stratégies des start-ups dans les concepts *d' « OCEAN ROUGE » et d' « OCEAN BLEU »* [65]

Source : d'après BLUE OCEAN STRATEGY, W. Chan Kim & Renée Mauborgne, Harvard Business Review Octobre 2004

OCEAN ROUGE	OCEAN BLEU
Agir dans les marchés existants	Créer / développer des marchés inexistants
Affronter et devancer les concurrents présents	Battre les concurrents
Exploiter la demande existante	Créer et faire venir à soi une nouvelle clientèle
Obtenir le meilleur rapport qualité/prix	Ne pas entrer dans la démarche qualité/prix
Poursuivre une différenciation en général ou par la politique de prix (bas)	Créer une différenciation nouvelle et une politique de prix (hauts)

- Les start-ups sont susceptibles de trouver certains débouchés prometteurs dans des domaines relativement inexplorés aussi appelés "zones blanches". Certains types d'analyses et de services se concentrent sur ces espaces [66].

- **Les principaux acteurs du domaine :** l'analyse des données de brevet peut aider à identifier les leaders et les nouveaux venus dans un domaine, ainsi que les partenaires et les concurrents potentiels, et faire apparaître l'évolution de leur activité en matière de brevets dans le temps. Elle peut mettre en évidence les affiliations des principaux inventeurs, voire leurs liens avec diverses entités ainsi que les collaborations, qui procèdent généralement de demandes de brevet conjointes. Ces informations indiquent où se situent les points de collaboration entre les industriels, les établissements universitaires les startup et entreprises dérivées. En outre, les informations relatives aux inventeurs peuvent donner un aperçu des affiliations passées et actuelles ainsi que des recherches conjointes et des activités de coopération.

65 Voir le concept présenté dans la publication : BLUE OCEAN STRATEGY Par W. Chan Kim & Renée Mauborgn, Harvard Business Review Octobre 2004.

66 On pourra consulter à titre informatif : https://www.experligence.com/strategie-ocean-bleu-rouge/ ou encore : http://oceanbleu.fr/methodes-d-innovation/strategie-ocean-bleu/

Bases de données sur les marques et les dessins et modèles

Avant qu'une start-up n'investisse du temps et des ressources pour s'identifier à la marque idéale qui capture toutes les qualités qu'elle trouve à son produit, il est important qu'elle effectue une recherche d'antériorité. Il s'agit de s'assurer qu'une marque identique ou similaire n'est pas déjà enregistrée ou utilisée par quelqu'un d'autre pour des produits identiques ou similaires. Elle peut commencer par effectuer une simple recherche sur l'Internet pour vérifier si le nom qu'elle a en tête est déjà utilisé. Une recherche approfondie peut être réalisée dans les bases de données des offices des marques nationaux et régionaux ainsi que dans la Base de données mondiale de l'OMPI sur les marques [67]. Il est conseillé de faire appel à un conseil en marques sur la **zone OAPI**[68]. De même, pour les dessins et modèles industriels, il importe de vérifier si un dessin ou modèle identique ou similaire a déjà été enregistré. La Base de données mondiale sur les dessins et modèles administrée par l'OMPI est une ressource utile à cet effet[69] via un accès OAPI **(http://www.oapi.int/index.php/fr/component/k2/item/556-recherche-en-ligne).**

Droit d'auteur

Il est plus difficile d'effectuer ce type de recherche pour les œuvres protégées par le droit d'auteur parce que tous les pays ne disposent pas de services d'enregistrement du droit d'auteur et que l'enregistrement d'une œuvre est volontaire. Il est toutefois possible d'effectuer des recherches en ligne portant sur les idées auxquelles une œuvre protégée par le droit d'auteur est susceptible de se rapporter et sur les entreprises concurrentes pour identifier les risques et opportunités éventuels.

Comme indiqué précédemment, le droit d'auteur protège la manière dont une idée est exprimée et non l'idée en elle-même. Par conséquent, il est tout à fait possible de produire une œuvre originale indépendante à partir d'une œuvre protégée par le droit d'auteur. Par exemple, comme les codes logiciels peuvent donner le même résultat de différentes manières, il est possible de réécrire le code sans porter atteinte aux droits de tiers. De même est-il possible de développer une idée à partir d'une œuvre existante. Si la nouvelle œuvre est plus facile à utiliser, plus pratique ou attrayante ou plus aisée à se procurer dans le commerce que l'ancienne, elle procurera un avantage concurrentiel certain.

Noms de domaine

Comme mentionné précédemment, les jeunes entreprises ont tout intérêt à s'assurer que le nom de domaine qu'elles souhaitent utiliser est disponible[70]. À défaut, elles devront choisir un nom de domaine différent ou éventuellement acquérir le nom souhaité auprès de la personne qui le détient. Les entreprises peuvent également modifier le nom de domaine qu'elles ont choisi ou essayer de l'enregistrer dans un autre gTLD[71], notamment les gTLD nouvellement créés, où il aura davantage de chances d'être disponible, tout comme dans les ccTLD[72].

67 Voir aussi, OMPI. Base de données mondiale sur les marques : www.wipo.int/reference/fr/branddb.
68 Voir Liste des bureaux de propriété intellectuelle agréés par l'OAPI en Annexe 1.
69 Voir aussi, OMPI. Base de données mondiale sur les dessins et modèles : www.wipo.int/reference/ fr/designdb.
70 Voir ICANN. Domain Name Registration Data Lookup. https://lookup.icann.org/lookup.
71 En rappel : gTLD (generic Top Level Domain), domaine générique de premier niveau.
72 En rappel : ccTLD (country code Top Level Domain, domaine de premier niveau national) et pour de plus amples informations sur les noms de domaine, voir la section intitulée "Distinguer votre produit sur le marché".

AUDIT DE PROPRIETE INTELLECTUELLE

Un audit de propriété intellectuelle[73] est une analyse systématique des actifs de propriété intellectuelle qu'une entreprise possède, utilise ou a acquis[74]. Il est réalisé pour évaluer et gérer les risques, remédier aux problèmes et mettre en œuvre des pratiques recommandées en matière de gestion des actifs de propriété intellectuelle. En Annexe 1 du présent Guide, une liste de cabinets en propriété intellectuelle agréés par l'OAPI sont susceptibles de proposer ce service d'audit. Reposant sur un examen complet de ses actifs, contrats, politiques et mesures de contrôle en matière de propriété intellectuelle, l'audit aide l'entreprise :

- *à établir ou mettre à jour l'inventaire de ses actifs de propriété intellectuelle ;*
- *à analyser la mesure dans laquelle ces actifs sont utilisés ou non ;*
- *à vérifier si elle est bien propriétaire des actifs de propriété intellectuelle qu'elle utilise ;*
- *à déterminer si l'utilisation qu'elle fait des actifs de propriété intellectuelle porte atteinte aux droits de tiers ou si ses propres droits de propriété intellectuelle font l'objet d'atteintes de la part de tiers.*

Une liste simplifiée des questions examinées lors des audits de propriété intellectuelle est proposée dans le Tableau 2 ci-après. L'entreprise peut utiliser ces informations pour décider des mesures à prendre à l'égard de chaque actif de propriété intellectuelle afin d'atteindre ses objectifs commerciaux[75].

Les audits de propriété intellectuelle peuvent être utiles à la fois en tant que procédure générale d'administration interne et pour atteindre des objectifs très spécifiques en termes de compréhension de la situation de tel ou tel actif de propriété intellectuelle.

Par exemple, une start-up qui a mis au point un produit ou un service innovant, qu'elle peut ou non avoir transformé en actif de propriété intellectuelle, aura besoin de connaître les options qui s'offrent à elle. Un audit l'aidera à déterminer comment son actif de propriété intellectuelle peut soutenir sa stratégie commerciale, à évaluer son avantage concurrentiel éventuel et à gérer les risques. Les audits aident aussi les jeunes entreprises à susciter l'intérêt des investisseurs. Ces derniers veulent avoir une image claire de la situation de la propriété intellectuelle de l'entreprise. Pour des raisons similaires, un audit sera utile en vue du rachat de la start-up ("phase de sortie").

En outre, les audits mettent en évidence les actifs qui n'ont pas d'impact direct sur les activités principales de l'entreprise et qui pourraient être cédés ou concédés sous licence pour dégager d'autres sources de revenus ; ils permettent également de détecter les actifs superflus qui engendrent des frais de maintenance inutiles et devraient être retirés du portefeuille.

La première étape d'un audit de propriété intellectuelle consiste à inventorier les actifs de propriété intellectuelle de l'entreprise. Il s'agit de répertorier tous ses actifs intellectuels et de déterminer ceux qui pourraient être protégés par la propriété intellectuelle. En tant que sous-catégorie des actifs intellectuels, la propriété intellectuelle se distingue des autres actifs intellectuels dans la mesure où elle est régie par la loi et que des droits en découlent.

73 Concernant la réalisation d'une auto-évaluation en matière de propriété intellectuelle, voir l'Outil de diagnostic de l'OMPI en matière de propriété intellectuelle www.wipo.int/ipdiagnostics.

74 On trouvera en Annexe 1, une liste de cabinets en propriété intellectuelle agréés par l'OAPI qui peuvent réaliser ces audits.

75Voir aussi, OMPI. Audit de propriété intellectuelle, Module 10 : www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_10_learning_points.pdf.

Tableau 2. Liste simplifiée des questions à prendre en considération dans le cadre d'un audit de propriété intellectuelle[76]

Source : De l'idée à l'entreprise : guide de la propriété intellectuelle à l'intention des jeunes entreprises. Publication de l'OMPI n° 961

1. Quels sont les actifs de propriété intellectuelle potentiels de votre entreprise ?

- *Signes, noms et étiquettes utilisés pour identifier les produits ou service.*
- *Idées novatrices, nouvelles pratiques, solutions techniques.*
- *Créations littéraires, logiciels, jingles publicitaires, clips vidéo, etc.*
- *Emballages, dessins et modèles, formes distinctives, etc.*
- *Informations commerciales internes telles que : rapports ; analyses de données ; informations marketing ; données de production ; savoir-faire et savoir-faire négatif ; listes de clients et données clients ; manuels d'exploitation et de conception ; dessins et modèles ; diagrammes et graphiques ; idées et plans ; formules et calculs ; prototypes ; carnets et expériences de laboratoire ; informations sur les vendeurs et fournisseurs ; données de recherche-développement ; données sur les coûts, les prix, les bénéfices, les pertes et les marges ; prévisions et plannings ; matériel publicitaire ; données financières ; budgets et prévisions ; logiciels et codes sources.*

2. Ces actifs de propriété intellectuelle peuvent-ils être protégés en tant que secrets d'affaires, par brevet ou en tant que marques, noms de domaine, dessins et modèles ou par le droit d'auteur ?

3. La propriété de ces actifs est-elle clairement définie ?

- *Les idées ont-elles été mises au point par les fondateurs de l'entreprise, par les salariés dans le cadre de leur emploi, ou par des sous-traitants, des vendeurs ou des clients ?*

4. Existe-t-il des accords en matière de titularité de la propriété intellectuelle ?

- *Prévoient-ils la cession des droits ?*

5. Si les accords conclus ne prévoient pas la cession des droits, des démarches ont-elles été faites pour que les droits soient cédés ou concédés sous licence à l'entreprise ?

6. Y a-t-il des problèmes d'atteinte aux droits ?

- *L'entreprise porte-t-elle atteinte aux droits d'un tiers ?*
- *Des tiers portent-ils atteinte aux droits de l'entreprise ?*

7. S'il n'y a pas de problème de propriété ou d'atteinte aux droits :

- *Des démarches ont-elles été entreprises pour déposer les demandes nécessaires pour les marques, les noms de domaine, les brevets et les dessins et modèles ?*
- *Ces demandes et ces actifs sont-ils maintenus en vigueur moyennant le paiement des taxes requises ?*

8. Des demandes ont-elles été déposées dans tous les pays visés ?

76 Pour plus d'informations, voir South-East Asia IPR SME Helpdesk. IP Audit Checklist. www.southeastasiaiprhelpdesk.eu/sites/default/files/publications/EN_Audit.pdf.
Voir également Alan R. Singleton. IP Audit Checklist (Singleton Law Firm, P.C). https://nebula.wsimg.com/d88b0ffd498cd797d780f38d40a0a316?AccessKeyId=532DB1B257AADAEA6A76&disposition=0&alloworigin=1

9. Des démarches ont-elles été faites pour éviter la divulgation d'informations commerciales concurrentielles :

• en prenant des mesures de protection ; en restreignant l'accès à l'information ;
• en signant des accords de confidentialité avec les salariés et les tiers à qui des informations peuvent être divulguées ;
• en signant des accords de non-concurrence avec les salariés qui quittent l'entreprise ; en mettant en œuvre des politiques internes visant à éviter toute divulgation par non intentionnelle ?

10. Comment les actifs de propriété intellectuelle apportent-ils une valeur ajoutée aux objectifs stratégiques de l'entreprise ?

- *Sont-ils tous utilisés dans le cadre de l'activité principale de l'entreprise ?*
- *Peut-on donner à des tiers le droit de les utiliser ?*
- *Certains actifs doivent-ils être abandonnés, donnés ou utilisés d'une autre manière ?*
- *Peuvent-ils être utilisés pour susciter l'intérêt des investisseurs, des partenaires ou des collaborateurs ?*

En premier lieu, par un processus interne, l'entreprise doit déterminer ce qu'elle fait différemment de ses concurrents et qui lui confère un avantage concurrentiel. Par exemple, dispose-t-elle de procédures opérationnelles pour la gestion de projets, de connaissances et d'une expérience particulière en matière de gestion de produits chimiques toxiques ou d'un système interne de gestion de la relation client ? Les compétences des salariés constituent-elles un actif de propriété intellectuelle important de l'entreprise ? Le savoir-faire des salariés peut être une chose difficile à évaluer. Une méthode consiste à comparer les descriptions des tâches avec les exigences de poste afin d'estimer la valeur ajoutée de chaque salarié. Cet exercice doit être complété par la tenue de dossiers (carnets de laboratoire, descriptifs de projets, documents de recherche, etc.) qui permettront à l'entreprise de fixer et d'internaliser ses actifs intellectuels.

Après avoir identifié les actifs de propriété intellectuelle effectifs et potentiels, il convient de déterminer leur situation. Quels sont les actifs éventuellement possédés par l'entreprise, et les droits sont-ils toujours valables ? Si elle ne possède pas les droits de propriété intellectuelle, a-t-elle entrepris des démarches pour en acquérir la titularité ou le droit de les utiliser au moyen d'un contrat de licence ?

Les informations recueillies dans le cadre de cette analyse aideront la start-up à détecter les dysfonctionnements dans les processus internes, à déterminer comment mieux gérer les coûts, à préciser le degré d'exposition aux atteintes aux droits et à repérer les possibilités de collaboration.
De nombreuses start-up reposant sur des actifs de propriété intellectuelle commettent l'erreur de ne pas tenir à jour leur portefeuille de droits de propriété intellectuelle. En conséquence, elles peuvent perdre l'avantage concurrentiel initialement acquis grâce à leurs droits de propriété intellectuelle. Imaginons qu'un premier produit est protégé par brevet. Le produit est commercialisé avec succès. L'entreprise continue d'innover et lance plusieurs générations du produit comportant des améliorations importantes. Cependant, elle ne prend pas les dispositions nécessaires pour protéger ces améliorations, comptant uniquement sur son brevet original. En conséquence, les nouveaux produits de l'entreprise sont davantage exposés au risque de copie, ce qui permet aux concurrents de saper l'avantage concurrentiel de l'entreprise. Les stratégies de gestion de la propriété intellectuelle d'une start-up doivent toujours évoluer au même rythme que ses stratégies d'innovation. Il est conseillé d'effectuer périodiquement un audit de propriété intellectuelle pour déterminer la situation des actifs de propriété intellectuelle et s'assurer que la protection de la propriété intellectuelle est suffisante, appropriée et à jour.

ANNEXES

1. STRUCTURES DE LIAISON NATIONALES DANS LES PAYS DE LA ZONE OAPI

Bénin
CENTRE NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE (Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Petites et Moyennes Entreprises)
anapi.benin@gmail.com
agonmathias@gmail.com
B.P. 363 COTONOU
Tél : (229) 21 31 02 40
Mob : (229) 97 27 85 48 Fax : (229) 21 30 30 24

Burkina faso
DIRECTION NATIONALE DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE (DNPI) (Ministère du Commerce, de la Promotion de l'Entreprise et de l'Artisanat)
T_mahamadi@yahoo.fr
01 B.P. 258 OUAGADOUGOU
Tél : (226) 50 30 09 41
Mob : (226) 25 31 09 11
Fax : (226) 50 33 05 63

Cameroun
SOUS-DIRECTION DU DEVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE (Ministère de l'Industrie, des mines et du Développement Technologique)
ndjalibeng@gmail.com
Tél. : (237) 222 20 37 78
Mob : (237) 695 58 28 84
Fax : (237) 222 22 27 04
B.P : 1653 YAOUNDE

Centrafrique
SERVICE NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE ET DE LA NORMALISATION (Ministère du Commerce, de l'Industrie et des PME)
kolegwi2005@yahoo.fr
B.P. 1988 BANGUI
Tél. : (236) 72 18 22 03
Mob : (236) 75 20 63 56
Mob : (236) 72 18 22 03
Fax : (236) 61 76 53

Comores
OFFICE COMORIEN DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
najalim@gmail.com
Tél : 269) 77 58 670
Mob : (269) 33 07 03

Congo
ANTENNE NATIONALE DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE (Ministère du Développement Industriel, et de la Promotion du Secteur Privé)
oniangue_b@yahoo.fr
B.P. : 72 BRAZZAVILLE
Tél : (242) 22 81 32 12
Mob : (242) 06 666 62 29

Côte d'Ivoire
OFFICE IVOIRIEN DE LA PROMOTION ET DE LA PROTECTION DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE (Ministère de l'Industrie et du Développement du Secteur Privé)
ekrajacq@yahoo.fr
j.ekra@industrie.gouv.ci
B.P. V 65 ABIDJAN
Tél. : (225) 22 41 16 65
Mob : (225) 07 96 78 82
Fax : (225) 20 21 64 74

Gabon
CENTRE DE PROPRIETE INDUSTRIELLE DU GABON (CEPIG) (Ministère du Commerce et du Développement Industriel Chargé du NEPAD)
bondjichamba@yahoo.fr
B.P. 237 LIBREVILLE
Tél. : (241) 74 59 24
Mob : (241) 04 13 71 88
Fax : (241) 76 30 55

Guinée
SERVICE DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE (Ministère du Commerce, de l'Industrie et des PME)
billoafiya@yahoo.fr
B.P. 468 CONAKRY
Tél. : (224) 60 58 53 61
Mob : (224) 62 100 14 72

Guinée Bissau
MINISTERE DU COMMERCE, DE L'INDUSTRIE, DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT
sanca_oapi@yahoo.fr
Tél. : (245) 66 15 383
Mob : (245) 96 66 15 383
Mob : (245) 95 57 05 963
Av. 3 De Agosto - CX A - B.P. 269 BISSAU

Guinée équatoriale
DIRECTION DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE (Présidence du Centre des Recherches Scientifiques et Technologiques)
Alogos60@gmail.com
B.P. 888 MALABO
Tél. : (240) 222 244 389
Fax : (240) 09 45 35
Fax : (240) 09 33 13

Mali
CENTRE MALIEN DE PROMOTION DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE (CEMAPI) (Ministère de l'Industrie et du Commerce)
boubacarftraore@yaohoo.fr
B.P. 278 BAMAKO
Tél. : (223) 20 29 90 91
Fax : (223) 228 90 91

Mauritanie
DIRECTION DE L'INDUSTRIE (Ministère des Mines et de l'Industrie)
sidimd66@yahoo.fr
B.P. 387 NOUAKCHOTT
Tél. : (222) 42 43 42 91
Mob : (222) 22 31 21 48
Mob : (222) 34 94 94 68
Fax : (222) 525 69 37

Niger
DIRECTION DU DEVELOPPEMENT INDUSTRIEL (Ministère du Commerce, de l'Industrie et de la Promotion du Secteur Privé)
Yambe2007@yahoo.fr
an2pi.oapi@gmail.com
B.P. 11700 NIAMEY
Tél. : (227) 20 75 20 53
Mob : (227) 96 97 33 17
Mob : (227) 90 34 08 88

Sénégal
AGENCE SENEGALAISE POUR LA PROPRIETE INDUSTRIELLE ET L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE (ASPIT) (Ministre de l'Industrie et de la Petite et Moyenne Industrie)
makhtar.dia2013@gmail.com
104, rue Carnot, B.P. 4037 DAKAR
Tél. : (221) 33 869 47 70
Tél. : (221) 33 827 36 14
Mob: (221) 77 341 79 09
Mob: (221) 77 45 90 44
Fax : (221) 8 23 14 04

Tchad
DIVISION DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE ET DE LA TECHNOLOGIE (Ministère du Commerce, de l'Industrie et de l'Artisanat)
ahmatgoukouni@yahoo.fr
B.P. 424 N'DJAMENA
Mob : (235) 66 86 86 44
Mob : (235) 90 49 69 69

Togo
INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE ET DE LA TECHNOLOGIE (INPIT) (Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Développement de la Zone Franche)
inpit_snloapi_tg@yahoo.fr
Tél. : (228) 22 22 10 08/ Mob : (228) 90 13 23 33
B.P. :2339 LOME

2. PRESTATAIRES DE SERVICES EN PROPRIETE INTELLECTUELLE DE LA ZONE OAPI ET MANDATAIRES AGREES

BENIN

CABINET OGUE Basile
Tél : (229) 95 79 83 38
E-mail : oguebasile@yahoo.fr / oguebasil@gmail.com
B.P. 387 ABOMEY-CALAVI (Bénin)

BURKINA-FASO

CABINET AFRIC- PROPI– CONSEILS (APC)
Tél : (226) 25 43 66 21 / 75 49 61 51 / 70 20 38 17 / 70 24 42 48
Fax : (226) 25 43 30 13
E-mail : hienmat@fasonet.bf / hienmat1@gmail.com / Africpropiconseil@gmail.com
Site web : www.apc-bf.com
Adresse : 18-85 Rue du Commandant Bondé Bagnamou
01B.P 5959 OUAGADOUGOU - (Burkina Faso)

CABINET Maître TOE FRANK DIDIER(TFD)
Tél : (226) 25 37 52 92 / 70 20 33 67
Fax : (226) 25 37 52 93
Email : toefrank@fasonet.bf / franktoe65@gmail.com
Site web : www.toefrank.net
Adresse : 398,Avenue SARE Elie,Secteur 15, OUAGA 2000
01B.P. 1949, OUAGADOUGOU - (Burkina Faso)

CABINET MEDAH BAMECAR Philomène
Tél : (226) 76 40 79 08 / 78 03 22 02
Email : medahphilomene@gmail.com
05 BV 30105, OUAGADOUGOU PATTE D'OIE 05 - (Burkina Faso)

CAMEROUN

CABINET ABESSOUGUIE Denis
Tél :(237) 696 37 09 53/674 43 61 57
E-mail : denisabess@yahoo.com / denis.abessouguie@gmail.com
Site web : www.africintel.com
Adresse : Avenue King AKWA
B.P 7017, YAOUNDE (Cameroun)

CABINET SCP AFRICA IP SOLUTIONS
Rue Ernest Betote-Akwa face Hôtel Beausejour
Tél :(237) 233 43 26 64/677 39 25 08 / 697 273 204
E-mail : mustaff2003@yahoo.fr
Site web : www.ngouanalaw.com

P.BOX 5742, DOUALA (Cameroun)
SCP AFRIC'INTEL CONSULTING
Tél :(237)243 38 43 73/678 60 77 08
Fax : (237) 222 23 56 18
E-mail : africintelconsulting@yahoo.fr / contact@africintel.com
Site web : www.africintel.com
Adresse : Essos, immeuble MAH DONG Véronique, 2è étage
B.P 8451, YAOUNDE (Cameroun)

CABINET AKKUM, AKKUM & ASSOCIATES LLP
Tél : (237) 222 21 80 43
Fax : (237) 222 21 80 44
E-mail : akkumlaw@akkumlaw.com
Site Web : www.akkumlaw.com
Adresse : No. 1777, Rue 6.261, Auditorium Jean Paul II Boulevard, Quartier Mbankolo
B.P 4966 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET ALPHINOOR & CO. S.A.R.L
Tél : (237) 233 02 48 48 / 222 22 53 51
Fax : (237) 222 22 53 51
E-mail : contact@aalphinoor.com
Siteweb : www.aalphinoor.com
Adresse : Tsinga, Nkomkana 45C (entrée 8e arrondissement)
B.P 13660 YAOUNDE (Cameroun)

SCP ATANGA IP
Tél : (237) 233 42 00 89 / 699 85 13 99 / 677 63 22 97
Fax : (237) 233 42 00 69 / 233 42 00 68
E-mail: info@atangaip.com/ atanga@atangaip.com / atangacharles@yahoo.com
Site web : www.atangaip.com
Adresse : 2nd Floor, Immeuble TAYOU FOKOU,

Douche-AKWA
B.P. 4663 DOUALA (Cameroun)
KEDI & ASSOCIATES SCP(Anciennement BALEMAKEN & Associés)
Tél : (+237) 243 264 272
Mobile : (+237) 699 48 99 43
WhatsApp : (+237) 677 96 55 42
E-mail : contact@kedi-associates.com / kediassociates@gmail.com / kedibeh@yahoo.fr
Site web : www.kedi-associates.com
Adresse : RIC Building Mendong Door A1, Dovv. Mendong Yaoundé-Cameroun
P.O.Box. 5013 Yaoundé (Cameroun)

CABINET BONNY & ASSOCIES Sarl
Tel : (237) 243 59 60 38 / 243 59 60 39 / 677 75 60 61 /699 81 25 34
Fax : (237) 233 01 43 15
E-mail : eric.bonny@bonnyassocies.com
B.P : 13092, Yaoundé - (Cameroun)
Sis à montée ane rouge, artisanat

SCP BRAINTRUST CONSULTING
Tel : (237) 222 21 92 90 / 699 82 04 91
Email : braintrust.consulting@gmail.com / zomissi@yahoo.fr / braintrust.ip@gmail.com
Site web : http://www.braintrust-consulting.net
Adresse : Entrée CRTV, Mballa 2
B.P 35350, Nlongkak-YAOUNDE (Cameroun)

CABINET CAZENAVE S.A.R.L.
Tél : (237) 222 21 32 89
Fax : (237) 222 20 64 14
E-mail : cabinet.cazenave@orange.fr/
Site web : www.cabinetcazenave.com
Adresse : 163 Rue 1770 Quartier Bastos
B.P 500 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET CHE–KEN & Co. LLP
Tél : (237) 677 52 94 03
Fax : (237) 233 42 77 74
E-mail : chekenlaw@yahoo.fr
Adresse : Bld de la Rép. Face Nikki AKWA
B.P 6556 DOUALA (Cameroun)

CABINET DESLOU & PARTNERS SCP
1736 Rue Jean Abanda - Essos (Yaoundé V)
Tél. fixe : (+237) 222 23 20 94
Tél. mobile :(+237) 699 93 74 80
E-mail: loudesire@yahoo.fr
B.P. 3061 Yaoundé - Messa (CAMEROUN)

CABINET DUDIEU IP EXPERTISE
916 Boulevard du Lamido de Ray Bouba, Mballa II
Tel : (237) 679 81 74 53 / 222 20 79 98
E-mail: mail@dudieu.com/p>
Site web: www.dudieu.com/p>
B.P. 15424 Messa-Yaoundé (Cameroun)

CABINET DZOUPET INNOCENT
Tel : (237) 222 23 09 31 / 675 29 25 44 / 696 85 05 38
Fax : (237) 222 23 09 35
E-mail : dzoupet@yahoo.ca
Site web : www.cabinetdzoupet.com
Adresse : Immeuble Djoko 1er étage, rue Ahmadou Ahidjo, Porte B2
B.P 15346 Yaoundé - (Cameroun)

CABINET EKANI CONSEILS
Tél : (237) 222 22 26 62
Fax : (237) 222 22 26 60
Skype : ekaniconseils
E-mail : ekaniconseils@creolink.net
Site web : www.ekaniconseils.com
Adresse : Montée Ane Rouge, Face Moabi Voyages
B.P. 5852 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET EKEME LYSAGHT SARL
Tél : (237) 222 31 67 53/ 242 72 40 59 / 690 87 05 93
E-mail : cabinetekeme@ekemelysaght.com
Site web : www.lysaght.co.uk/ekeme
B.P. 6370 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET FANDIO & PARTNERS CONSULTING (SCP)
Tél : (237) 222 31 12 01 / 675 28 79 76 / 699 98 86 47
Fax : 0033 170 248 797
E-mail : contact@fandiopartners.com / pifandio@yahoo.fr
Site web : www.fandiopartners.com
Adresse : Biyem-Assi II, Rue des cocotiers, 7497, Yaoundé VI
B.P. 12246 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET FOJOU IP LAW FIRM
Tel: (237) 222 21 84 82
Fax : (237) 222 20 43 26 / 677 51 03 64
E-mail: info@cabinetfojou.com/ robertfojou@cabinetfojou.com / robertfojou@cabinetfojou.com
Site web: www.cabinetfojou.com
Adresse : Sis rue Sébastion Essomba,Tsinga-face Ecole de police
BP. 5141 Yaoundé - Cameroun

CABINET FORCHAK IP & LEGAL ADVISORY
Tél : (237) 243 04 97 02 / 677 57 25 75 /696 50 99 40
Fax : (237) 233 33 30 83
E-mail : forchaklawfirm@yahoo.fr / enquiry@forchaklaws.com
Site web : www.forchaklaws.com
Adresse : Viccul building, 3rd Floor, Apt. 15 -16, Carr Street, Behind Police Barracks, New Town Market Road
P.O.Box 370 LIMBE (Cameroun)

CABINET FOUDA Martin
Avenue de Nsimeyong, Rue 7.415 - N°794 et 806
Fixe : (237) 222 31 39 09
Mobile : (237) 693 00 40 98 / 697 34 57 52
E-mail : contact@cabinet-tf.com
YAOUNDE (Cameroun)

SCP GAD CONSULTANTS
Tel : (237) 243 52 38 71/ 222 20 73 75 / 676 21 84 02
Fax : (237) 222 20 73 75
E-mail: info@gadconsultants.com
Site web: www.gadconsultants.com
Adresse : Sis Ompnisport, Avenue Marc-Vivien Foé
B.P. 13448, Yaoundé - (Cameroun)

SCP GLOBAL AFRICA IP
Tél : (237) 242 67 64 11 / 699 93 34 47 / 674 98 93 51
E-mail : info@scpglobalafrica.com / feh_law@yahoo.com / fehlaw@scpglobalafrica.com
Site web : www.scpglobalafrica.com
Adresse : Base Buns Mvog Betsi (sise nouveau marché)
B.P 3694 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET ISIS CONSEILS
Tél : (237) 679 83 22 55 / 699 29 47 71
E-mail : tfezeu@cabinetisis.com /contact@cabinetisis.com
Site Web : www.cabinetisis.com
Adresse : Quartier Bastos, derrière l'usine, rue 1862, Immeuble PAPTO
B.P 15067 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET JING & PARTNERS
Tél : (237) 233 43 36 71 / 233 42 17 08
677 55 01 96 / 233 42 17 08
Fax : (237) 233 42 89 68
E-mail : pjing@Jingpartners.com
Site web : www.jingpartners.com
Adresse : 537, rue AFCODI, off MRS Njo-Njo, Bonapriso
B.P. 1245, AKWA-DOUALA (Cameroun)

CABINET Maître LAMANGO Magdaline
Tél : (237) 222 23 78 58 /222 23 78 57
Fax : (237) 222 23 19 54
E-mail : lawyerlamango@gmail.com / awonohyacynte@gmail.com
Adresse : Av1071 Winston Churchill
B.P 13893 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET LEGAL POWER LAW FIRM IP
Tel/Fax : (237) 233 42 00 68 / 677 68 07 66
E-mail : info@legalpowerfirm.com/info@ip.legalpowerfirm.com
Site web: https://www.legalpowerlawfirm.org/
Adresse : Immeuble Huawei Kayo Eli, Bali
B.P. 12041 DOUALA (Cameroun)

CABINET MANGA JEUNE
Tél : (237) 696 86 36 02 / 693 20 27 34
Fax : (237) 222 22 18 73
E-mail : cabinetmangajeunes@yahoo.fr
B.P 13747 YAOUNDE - (Cameroun)
Représentation du Congo : Avenue Paul Doumer
B.P : 5984 POINTE NOIRE
Tél : (242) 541 99 59/936 90 94

SCP DUDIEU IP EXPERTISE
Physical adress : 916 Boulevard du Lamido de Rey Bouba, Mballa 2 - Yaoundé (Cameroun)
Tel : (+237) 679 81 74 53 / (+237) 222 20 79 98
Website : www.dudieu.comE-mail : mail@dudieu.com / cdjomga@dudieu.com
P.O. Box : 15424 YAOUNDE - (Cameroun)

SCP MBELLA NGOM & ZAM
Tel : (237) 222 21 36 61 / 699 54 86 78 / 698 81 61 61
Fax : (237) 222 20 06 58
E-mail : advocatuss@yahoo.fr
B.P. 15447 Yaoundé (Cameroun)

CABINET MM & PARTNERS (SCP)
Tél : (237) 242 07 10 12 / 694 37 74 96 / 699 84 54 51 / 679 87 64 14 / 6695 57 05 59
E-mail : scp.mmpartners@yahoo.fr / contact@cabinetmmpartners.com
Site web : www.cabinetmmpartners.com
Adresse : Rue du lycée de Tsinga, Immeuble Poanka
B.P. 5100 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET MOUTHE & ASSOCIES
233 05 69 67 / 233 08 79 59 / 674 35 40 70
Fax : (237) 233 01 46 85
E-mail : Cabinetmouthe@gmail.com
Adresse : Rez-de-chaussée du bâtiment CT 610, Vallée des Ministres, Bonanjo
B.P. 2764 DOUALA (CAMEROUN)

CABINET NDIP & NDIP IP LAW FIRM
Tél : (237) 233 02 07 34 / 699 92 31 43
Fax : (237) 233 42 02 54
E-mail : ndiplawfirm@yahoo.com
Site web : www.ndiplaw.com
Adresse : Bld de la Rép., derrière immeuble SOCAR
B.P. 4257 DOUALA (Cameroun)

BEJUKA-ELEBE IP SARL & ASSOCIATES
Tél: (237) 242 078 557 / 677 22 77 18 /672 32 38 17
E-mail : ngayi.elebe.ip@gmail.com / ngayi.mildred@ngayi-elebe.com
Site web : www.ngayi.elebe.com
Adresse : Yaoundé-Nlongkak, Rue Albert ATEBA EBE, 1.157
B.P 3758 Yaoundé (Cameroun)

CABINET NGU & Co. LAW FIRM
Tél : (237) 243 04 86 49
Fax : (237) 233 42 08 74
E-mail : simon@nguandco.com
Site web : www.nguandco.com
Adresse : 573, rue Bébé Elamè (2e étage-Immeuble Maa Mbedi en face cabinet Pensey), Akwa
B.P. 2250 DOUALA (Cameroun)

CABINET NICO HALLE & CO. LAW FIRM
Tél : (237) 233 42 64 79/673 87 69 40 / 675 55 04 64 / 676 30 47 85
Fax : (237) 233 43 26 34
E-mail : hallelaw@hallelaw.comSite web : www.hallelaw.com
Adresse : 1st Floor SHALOM Building, Ancienne Route, Opposite Pharmacie du Pont/Express Union
B.P 4876 DOUALA (Cameroun)

CABINET NGO MINYOGOG & ASSOCIES(SCP)
Tél./Fax : +237 222 22 83 65 / 222 23 40 63
E-mail : cabinetminyogog@minyogoglawfirm.com
Site web: www.minyogoglawfirm.com
Adresse : Sis derrière Immeuble ancien FONADER, Elig-Essono
B.P. 20501 Yaoundé (Cameroun)

CABINET NTI ABE Hilaire Maxime
Tél : (237) 677 74 19 72
E-mail : cabinetnti@yahoo.fr
Adresse : 12,rue Winston Churchill
B.P. 25559 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET ONAMBELE – ANCHANG & ASSOCIATES
Tél : (237) 222 20 97 76 / 677 58 15 51 / 695 22 83 48
Fax : (237) 222 21 53 41
E-mail : oaalawpartners2@gmail.com / oaalawpartners@oaalaw.cm
Site web : http://www.onambele-anchang-associates.net
Adress : Opposite US Embassy, Rosa Park Avenue
B.P. 6262 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET PATIMARK LLP
Tél : (237) 233 43 47 47 / 677577875
Fax : (237) 233 42 41 11
E-mail : info@patimark.com
Site web : www.patimark.com
Adresse : 465 Avenue King Akwa
B.P. 3109 DOUALA (Cameroun)

CABINET SPOOR & FISHER INC / NGWAFOR & PARTNERS SARL
Tél : (237) 222 22 84 48
Fax : (237) 222 22 91 90
Email : e.ngwafor@spoor.co.uk
Site web : www.ngwaforpartners.com
Adresse : The House of Gideon
Golf/Bastos Quarters
Opposite The American Embassy
Entrance - Saint John Paul II Boulevard
B.P. 8211 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET Maître TAMO David
Tél : (237) 699 97 66 85
E-mail : tamobenzo@yahoo.fr
Site web : www.tamodavidlawfirm.net
B.P. 7761 YAOUNDE (Cameroun)
CABINET THE HENRI JOB LAW FIRM
Tél : (237) 233 42 48 02
Fax : (237) 233 42 05 49
E-mail : cabinetjob@yahoo.fr
Site web : www.cabinetjob.com
Adresse : Immeuble Stamatiadès Building, 1059, Boulevard de la République
B.P. 5482 DOUALA (Cameroun)

Cabinet TCHOUANCHE KAMENI Juliette Nathalie
Tél : (237) 662 623 923/678 776 480
E-mail : ongobou@yahoo.fr
B.P. 7850 YAOUNDE (Cameroun)

Cabinet NGOULOURE Alain Moise
Tél : (237) 697 95 73 41/620 07 15 46
E-mail : cabinet@ngouloureip.com
B.P. 8292 YAOUNDE (Cameroun)

CABINET KHAN MULUH Jude
Tel/Fax : (237) 233 42 95 75/696 39 46 03
E-mail : info@muluhnartners.com
Adresse : Immeuble ISEM-IBCG face collège de la Salle Akwa
B.P. 1632 DOUALA (Cameroun)

Maître SIKATI Désiré
Téléphone Bureau : 00 237 620 73 07 52
Téléphone. Portable : 00 237 6 99 92 78 42
E-mail : cabavocsikati@yahoo.fr
Site WEB: cabinetdavocatsikati.Com
Adresse : Etude sise Akwa 1392, Rue Franqueville, lmmeuble 823, face Garage FLORA
BP. 12081 Douala-Cameroun

IP LAW FIRM TCHUENKAM SEUKAM Yacine Carel (TY ADVISOR IP)
Téléphone Bureau : +237 243 26 41 81
Téléphone Whatsapp : +237 2 43 26 41 81
E-mail : tchuenkam.yacine@tyadvisorip.com
Site WEB: www.tyadvisorip.com
Adresse : Elig-Essono rue Ceper (in front of ADNA)
BP 11493 Yaoundé-Cameroun

Aminou Ndala TITA
Téléphone 1 : +237 692777357
Téléphone 2 :+237 677364416
Email 1 : contact@natafricaip.com
Email 2: ndala@natafricaip.com
Website: www.natafricaip.com
Adresse : SCI Express Résidence, Immeuble Commercial Banque, 03ème étage bloc A, Suite 307 Quartier Intendance, Rue 5 MVOG FOU DA ADA (en face de l'Etat-Major de I' Armée de Terre)
Yaoundé-Cameroun

CONGO
CABINET MWANA EKOMBA
Tél : (242) 05 521 405 1
E-mail : mwanaekomba@gmail.com / mwanaekomba@yahoo.fr
Adresse : N°Ndjiri,Quartier Thomas Sankara
B.P. 13922 BRAZZAVILLE (Congo)

CABINET NGOKA LAMBERT
Tel : (242) 521 40 51
Adresse : Brazzaville-Congo
B.P 13922 Brazzaville-Congo

PriceWaterHouseCoopers Tax & Legal
Tel : (242) 05 534 09 07 / 06 658 36 36
Fax : (242) 29 423 34
E-mail : pricewaterhousecoopers.tls@cg.pwc.com
Adresse : 88, Avenue du Général de Gaulle
B.P. 1306 POINTE-NOIRE – (Rép. du Congo)

COTE D'IVOIRE

PROMOTION DEVELOPMENT CORPORATION (PRODEVCO CONSEILS)
Conseil en Propriété Industrielle
Tél. :(225) 20 32 18 78
Fax : (225) 20 32 76 20
Cel: (225) 07 82 08 42 / 01 86 49 97
E-mail : prodevco@africaonline.co.ci
Rue D-38 LOTS CENTRE COMMERCIAL DE LA RIVIERA GOLF-COCODY
B.P. 213 Cidex 3 ABIDJAN - (Côte d'Ivoire)

GESTIONNAIRE DE PROPRIETE INDUSTRIELLE (G.P.I.)
Tél:(225) 22 52 48 23/ 07 97 17 70/ 02 90 85 03
E-mail : gpi.firm@gmail.com
Adresse : Cocody deux plateaux, 7ème tranche
08 B.P. 3049 ABIDJAN (Côte d'Ivoire)

CABINET Maître Michel Henri KOKRA
Tél :(225) 27 20 22 01 60 /27 20 22 01 69
Fax : (225) 27 20 22 01 13
E-mail : cabinet@kokradepina.com/mhkokra@gmail.com
Site web : www.kokradepina.com
Adresse : 20-22 Bd Clozel, Residence Les Acacias 6è étage
20 BP 464 Abidjan 20 (Côte d'Ivoire)

Dr OUATTARA Simplice
Téléphone : 00225 05 08 2022
E-mail : cabinetsouattara-pi@gmail.com
Adresse : Cocody II Plateaux Angré Glacier les Oscars
04 BP 382 Abidjan 04

CABINET Maître AMALAMAN Olivier Aboh
Tél :(225) 07 80 70 18 /46 00 60 09
E-mail : olivier.amalaman@ksk-avocats.com
08 B.P. 118 ABIDJAN 08 - (Côte d'Ivoire)

GABON

CABINET UNNG, Entreprise d'Ingénierie
Tél : (241) 06265215 / 05096903
Fax : (241) 208077
E-mail : unngplus@yahoo.fr
B.P. 6122, LIBREVILLE – (Gabon)

CABINET MALEM CONSEIL
Tél : (241) 66 264 833 / 77 891 541 / 06 26 48 33
E-mail : tidjanimalem@yahoo.fr/ malemconseil@gmail.com
B.P. 6723, LIBREVILLE (Gabon)

GUINEE CONAKRY

CABINET BANGOURA FADOULY & Companie (CBF & CO.)
Téléphone : + 224 620 66 19 33 / 621 44 14 71
E-mail: tbangoura2000@yahoo.fr / cefpiguinee@gmail.com
Adresse : Immeuble Taouyah, 2 e étage, coté Mairie de Ratoma
B.P. 5556, CONAKRY (République de Guinée)

CABINET de
Maître TALL AHMADOU BAÏDY HABIB
Tél/Fax :(224) 664 23 53 79 / 622 34 20 68 / 655 59 30 17
E-mail : bashotad@yahoo.fr
Adresse : Domaine de l'Archevêché(Carré Banque Mondiale), en face de la Baie des Anges.Quartier Temenetaye, Commune de Kaloum
B.P : 1502 CONAKRY (République de Guinée)

CABINET de Maître KPAGA HABA Francis Charles
Téléphone :(224) 625 30 20 26 / 622 40 83 98
E-mail : habfrancis@yahoo.fr
Adresse : Rue près de camp A, Samory Touré, Quartier Sans-fil, Commune de Kaloum
CONAKRY (Guinée)

MALI

CABINET Maître AMADOU KEITA
Tel : (223) 76 43 38 78 / 63 44 86 97
E-mail : juristeavocat@yahoo.fr
Adresse : Avenue de l'OUA, Villa N° B5, Porte 4980, face à la visite technique
B.P : E 2735 BAMAKO (Mali)

SOCIETE D'ETUDES ET DE CONSEILS EN PROPRIETE INDUSTRIELLE (SETCO PI)
Tél : (223) 66 79 02 51
Fixe : 20 23 46 50
E-mail : setcomali@yahoo.fr / sountou.diawara@yahoo.fr
Adresse : Badialan 1 Rue 464, Porte 29
B.P. E 589, BAMAKO (Mali)

MAURITANIE

CABINET CISSOKO Idrissa
Conseil en propriété industrielle - Mandataire agrée auprès de l'OAPI
Tél (mobile) : (222) 49 08 02 39
Tél (fixe) : (222) 45 29 34 99
Email : idrissa.cissoko23@gmail.com / idriss_cisko@yahoo.fr
Adresse : Ilot K Extension Lot 211
B.P. 7501, NOUAKCHOTT (Mauritanie)

CABINET TAROU SOUDANI ELY
Conseil en propriété industrielle -Mandataire agrée auprès de l'OAPI
Tél : (222) 36 35 06 75 / 22 26 36 56
Fax : (222) 524 16 57
E-mail : tarousoudani@yahoo.fr
B.P. 4089, NOUAKCHOTT (Mauritanie)

NIGER

CABINET MAITRE DE CAMPOS Désiré Anastase
Tél/bureau : (227) 20 75 52 32
Mobile/Niger: (227) 90 41 46 24 / 93 80 52 32
Mobile/Benin : (227) 97 00 11 88
Fax : (227) 20 75 52 31
Adresse : Villa N° 865, rue YN-062, Yantala
E-mail : cabinet2campos@gmail.com / sticniger@yahoo.fr
B.P. 13776 NIAMEY (Niger)

CABINET Idrissa TCHERNAKA
Tél/bureau : (227) 20 75 52 32
Mobile/Niger: +227 89 94 18 74 / +227 20 73 32 70
Adresse : 86 Avenue du Diamangou-Rue PL Porte N084/Quartier Plateau
E-mail : idrissa2001@yahoo.fr
B.P. 343 NIAMEY (Niger)

SENEGAL

CABINET PAPA ALGAPHE THIAM
Tél : (221) 765 84 50 30
E-mail : papaalgaphe2007@yahoo.fr
Adresse : Villa N°6659 Liberté VI
DAKAR (Sénégal)

CABINET Maître CHEIKH FALL
Tél : (221) 33 821 05 57 / 33 889 14 10
Fax : (221) 338 21 05 57
E-mail :cheikhfall@avocat-cheikhfall.com/cgfall@orange.sn
site Web : https://avocat.cheikh-fall.com / https://www.cheikh-fall.com
Adresse : 48, rue Vincens x Abdoul Karim BOURGI
B.P.32319, Cité Keur Gorgui, Immeuble les SIGNARES, 4ème étage

Cabinet Maître Corneille BADJI
Tél : (221) 33 842 12 42
Fax : (221) 33 842 12 43
Email : corneille.badji@gmail.com
Adresse : 44 Avenue Malick SY, 2ème étage
DAKAR - (Sénégal) B.P 48105, CP 120 22

CABINET THIERNO GUEYE T.G. - SERVICES
Tél : (00221) 33 889 62 03 /77 63 880 96
Fax : (221) 33 821 33 63
e-mail : thierno.gueye@sentoo.sn
Adresse : 70, Yoff Nord Foire Azur
B.P : 5503 DAKAR Fann -Sénégal

CABINET Norbert MERCKLING
Tél : (00221) 78 663 29 82/ 33 827 83 26
e-mail : norbert.merckling@merckling.io
Adresse : Sipres 2, immeuble Soda - Marième/ Freepenseur
B.P : 45880 DAKAR - SENEGAL

TOGO
CABINET Maître Coffi Alexis AQUEREBURU
Avocat à la Cour de Lomé
Tél : (228) 221 05 05 / 221 49 01
Fax : (228) 222 01 58
E-mail : aquereb@hotmail.com
Adresse : Rue 304 Boulevard du 13 janvier
B.P. 8989, LOME – (Togo)

3 - Services d'appui aux jeunes entreprises et programmes nationaux (zone OAPI)

D'une manière générale, les accélérateurs sont des organisations à but lucratif qui aident les jeunes entreprises à accélérer leur croissance. Les accélérateurs proposent un accompagnement personnalisé, des mesures de renforcement des capacités et, dans certains cas, ils sont disposés à investir en échange d'une faible participation au capital. Les meilleurs accélérateurs sont très sélectifs et les candidats sont soumis à une procédure très stricte. L'objectif d'un accélérateur est de préparer l'entreprise à lever des fonds auprès de sociétés de capital-risque. Dans les économies émergentes, les universités ou les parcs technologiques jouent le rôle d'accélérateurs ; certains sont axés sur un secteur, dans les sciences de la vie, les technologies vertes, etc. Un bon accélérateur proposera aussi des parrains ou du personnel possédant des compétences spécialisées dans le domaine de la technique, du droit ou de la propriété intellectuelle, qui pourront aider l'entreprise à relever les défis décrits précédemment. Certains accélérateurs ont des agences dans plusieurs pays et peuvent servir de tremplin aux start-ups prometteuses qui souhaitent se lancer à l'international. AfriLab un réseau panafricain d'incubateurs et d'accélérateurs d'entreprises, répertorie les institutions présentent dans plusieurs états membres de l'OAPI https://afrilabs.com/hub/ . Parmi elle nous avons Jokkolabs (Sénégal), ou encore Mboa Lab (Cameroun), fournissant ressources et soutient aux entrepreneurs.

Incubateurs et pépinières d'entreprises

Les incubateurs d'entreprises sont généralement parrainés par une université, un fonds de capital-risque ou une grande entreprise. Ils ne sont pas axés sur le profit, bien que certains d'entre eux puissent exiger une option d'achat (un droit futur) en vue d'acquérir des parts dans la société. La plupart des incubateurs acceptent les start-ups à un stade très précoce, avant même qu'elles aient une existence légale, ce qui permet aux fondateurs potentiels d'étudier leur idée commerciale et de quitter l'incubateur avec une stratégie et un modèle économique solides. Un bon incubateur, à l'instar d'un bon accélérateur, proposera une certaine forme d'accompagnement pour aider à définir le modèle économique, traiter les questions de propriété intellectuelle et les autres questions juridiques et fournir des informations sur des sujets que les fondateurs jugent utiles. Nous pouvons mentionner à titre d'exemple « 225 Startups » (Côte d'Ivoire), ou encore « Bantu Hub » (Cameroun).

Bureaux de gestion de la technologie

Également appelés bureaux de transfert de technologie ou bureaux de gestion des connaissances, ils opèrent généralement dans une université ou un centre de recherche. Les types de bureaux de gestion de la technologie varient considérablement d'un pays à l'autre. Toutefois, leur objectif principal est de transférer des actifs de propriété intellectuelle (généralement des brevets obtenus par les universités) vers le secteur privé sous forme de concession de licences afin de générer des revenus pour l'université.
En théorie, un bureau de gestion de la technologie gère également le transfert de la propriété intellectuelle à une start-up ou à une entreprise issue de la recherche universitaire mais, là encore, les méthodologies et les objectifs de ces bureaux sont très variables. Certains ont pour mission d'encourager l'entrepreneuriat universitaire et jouent effectivement le rôle d'incubateurs ou d'accélérateurs d'entreprises. D'autres cherchent à optimiser la valeur de leur portefeuille de droits de propriété intellectuelle et ne proposent pas nécessairement de conditions particulières ou de privilèges à leurs entreprises dérivées. En général, le bureau de gestion de la technologie a du personnel qualifié en matière de propriété intellectuelle et il peut être disposé à prendre en charge le dépôt de la demande de brevet et les frais qui en découlent en échange d'une faible participation au capital, d'une option d'achat d'actions ou à condition que l'entreprise paie les frais liés au brevet quand elle commencera à dégager des revenus. Nous donnons ci-dessous quelques exemples sur la zone OAPI :

• Sénégal :

Le Centre de Valorisation et de Transfert de Technologies (CVTT) : Le CVTT est une structure de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar qui travaille à promouvoir la valorisation et le transfert de technologie. Il aide les entreprises et les institutions à protéger leur propriété intellectuelle, à commercialiser leurs innovations et à développer des partenariats de recherche.

• Cameroun :

Le Bureau de Valorisation de la Recherche et de l'Innovation (BVRI) de l'Université de Douala : Le BVRI est un bureau de transfert de technologie créé en 2015 au sein de l'Université de Douala. Il travaille à promouvoir la valorisation et le transfert de technologie en offrant des services de conseil, de formation, de propriété intellectuelle, de développement commercial et de financement.

• Côte d'Ivoire :

Le Centre Ivoirien de Recherche et d'Application en Technologies Innovantes (CIRTech) : Le CIRTech est un centre de recherche appliquée créé en 2016 à Abidjan qui travaille à promouvoir l'innovation et le transfert de technologie en Côte d'Ivoire. Il offre des services de conseil en matière de propriété intellectuelle, de transfert de technologie et de développement commercial aux entreprises.

Programmes d'aide des gouvernements nationaux, des ONG et des organisations internationales

La plupart des gouvernements proposent des programmes intéressants pour stimuler la création d'entreprises et l'innovation. Certains offrent un capital de départ pour permettre aux start-ups de se lancer. D'autres accordent des subventions, sous certaines conditions, pour couvrir les frais d'obtention de brevets. La plupart des offices de brevets nationaux disposent d'un service d'assistance qui informe sur les possibilités de protection par la propriété intellectuelle et la procédure de dépôt des demandes. Certaines fondations internationales proposent des services d'incubateurs et d'accélérateurs dans des secteurs technologiques ou commerciaux retenant leur intérêt. Enfin, de nombreuses organisations internationales proposent des informations gratuites, l'accès à un réseau d'experts qualifiés, l'accès à des bases de données utiles ainsi que des informations sur les pratiques recommandées au niveau international (voir l'Annexe 3 : Ressources documentaires).

Sociétés d'investissements et fonds de capital-risque opérant notamment sur la zone OAPI (sélection)

• Associés commandités :

Acorus Capital
Actis
Adenia Partners
Adiwalé Partners
AFIG Funds
African Capital Alliance
African Infrastructure Investment Managers
AfricInvest Group
AG International
Alitheia Capital
Alterra Capital Partners
Amethis
Àrgentil Capital Partners
ARM-Harith Infrastructure Investment Limited
Aruwa Capital
Baylis Emerging Markets
BFA Gestão de Activos
BluePeak Private Capital
CardinalStone Capital Advisers
Cauris Management
CDG Capital Private Equity
Convergence Partners
CrossBoundary
Emerging Capital Partners
EuroMena Funds
EXEO Capital
FBNQuest Funds Ltd
Flat6Labs
Future Africa
Green Eight Capital
Helios Investment Partners
Injaro Investments
Capital Partners
Joliba Capital
Juven Advisors
Kasada Capital Management
LeapFrog Investments
Lightrock
LoftyInc Capital Management
Mediterrania Capital Partners
Meridiam
Metier
NewAfrica Impact
Oasis Capital
Pearl Capital Partners
Renew
Sahel Capital
Samata Capital
Sanlam Investments
Sawari Ventures
Scipion Capital
Seedstars Africa Ventures
Startup Wise Guys
The Carlyle Group
TLcom Capital
TPG Growth
Uhuru Investment Managers
Verod Capital Management
West Africa Capital Advisors
Wuri Ventures
Zephyr Management
Zoscales Partners

• Investisseurs institutionnels :

Africa Finance Corporation
African Development Bank
Axian Group
Bpifrance
British International Investment
Cassa Depositi e Prestiti
DEG
European Investment Bank
FinDev Canada
FMO
Fonds Souverain d'Investissements Stratégiques
Employees Pension Fund
IFU
International Finance Corporation
Norfund
Proparco
Public Investment Corporation
Stanbic IBTC Pension Managers
Swedfund International AB
Swiss Investment Fund for Emerging Markets

• Investisseurs « anges » :

Full Circle Africa
SM River Ventures
Africangels

• Investisseurs directs :

Afreximbank - FEDA
Flourish Ventures
Nile Development & Investment
Oikocredit International
Tana Africa

• Gestionnaires de fonds tiers :

Kuramo Capital Management
Lexington Partners
Old Mutual Alternative Investments
Sango Capital
South Suez

• Fondations :

Anesvad
Casey Family Programs
Soros Economic Development Fund

• Entreprises de services professionnels :

ÆLEX
Aluko & Oyebode
Anjarwalla & Khanna
Axis Fiduciary
Axonia Partners
Bowmans
Clifford Chance
Debevoise & Plimpton
Dentons
DLA Piper
Executives in Africa
G. Elias & Co.
Gide Loyrette Nouel
IBIS Consulting
IQ-EQ
Jackson, Etti & Edu
KPMG
Latham & Watkins
Mazars
Norton Rose Fulbright
Olaniwun Ajayi
RisCura
S.O. Capital Advice
Sanne
TNP
Trident Trust
Udo Udoma & Belo-Osagie
Vistra
Webber Wentzel
Willkie Farr & Gallagher

RESSOURCES DOCUMENTAIRES

OAPI
http://www.oapi.int/index.php/fr/les-ressources

OMPI :
OMPI (2006). Expression créative : initiation au droit d'auteur et aux droits connexes pour les petites et moyennes entreprises. La propriété intellectuelle au service des entreprises n° 4. www.wipo.int/edocs/pubdocs/ fr/wipo_pub_918.pdf

OMPI (2015) Une concession de licence de technologie réussie. https://www.wipo.int/ edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo_ pub_903.pdf

OMPI (2017). Créer une marque – initiation aux marques pour les petites et moyennes entreprises. La propriété intellectuelle au service des entreprises n° 1. www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_900_1.pdf

OMPI (2018). Créer une marque : initiation aux marques pour les petites et moyennes entreprises. La propriété intellectuelle au service des entreprises n° 3. www.wipo. int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_917_1.pdf

OMPI (2019). En bonne compagnie : gestion des questions de propriété intellectuelle en matière de franchisage. La propriété intellectuelle au service des entreprises n° 5. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/ sme/1035/wipo_pub_1035.pdf

OMPI (2019). La beauté est dans la forme : initiation aux dessins et modèles industriels pour les petites et moyennes entreprises. La propriété intellectuelle au service des entreprises n° 2. www.wipo.int/edocs/pubdocs/ fr/wipo_pub_498_1.pdf

OMPI (2020). Recensement des inventions dans le domaine public : guide à l'intention des inventeurs et des entrepreneurs. www.wipo. int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_1062.pdf

OMPI (2020). Utilisation des inventions relevant du domaine public : guide à l'intention des inventeurs et des entrepreneurs. www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_1063. pdf

Académie de l'OMPI. Programme d'enseignement à distance. www.wipo.int/academy/fr

Base de données mondiale sur les marques de l'OMPI. www.wipo.int/reference/fr/branddb

Base de données mondiale sur les dessins et modèles de l'OMPI. www.wipo.int/reference/fr/designdb

Base de données PATENTSCOPE de l'OMPI. www.wipo.int/patentscope

Cartographies des brevets. www.wipo.int/patentscope/fr/programs/patent_landscapes
Centres d'appui à la technologie et à l'information (CATI) de l'OMPI. www.wipo.int/tisc

IP PANORAMA. www.wipo.int/sme/en/ multimedia
Liste de licences de WIPO Green. www3. wipo.int/wipogreen/en/network/index. html#licensing

Outil de diagnostic de l'OMPI en matière de propriété intellectuelle. www.wipo.int/ ipdiagnostics

Programme d'aide aux inventeurs de l'OMPI. https://www.wipo.int/iap/fr/index.html

La propriété intellectuelle au service de l'entreprise. www.wipo.int/sme/fr

Recherche dans la base de données WIPO Lex. https://wipolex.wipo.int/fr/main/legislation

OMPI. Universités et propriété intellectuelle. www.wipo.int/about ip/fr/universities_research

Site Web de l'OMPI. www.wipo.int

OMPI et Centre du commerce international (2012). La propriété intellectuelle au service des entreprises : manuel destiné aux chambres de commerce et aux associations commerciales qui créent des services de propriété intellectuelle.

www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=295&plang=EN

OMPI et Centre du commerce international (2003). Le marketing des produits de l'artisanat et des arts visuels : le rôle de la propriété intellectuelle.

www.wipo.int/publications/ fr/details.jsp?id=281&plang=EN
OMPI (2003). Clefs de la propriété intellectuelle : guide destiné aux petites et moyennes entreprises exportatrices. www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=294&plang=EN

OMPI (2005). L'affaire équilibrée – La négociation des contrats de licence de technologie : un guide d'initiation. www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=291&plang=EN