

Sensibiliser encore et toujours

En dépit de la crise financière, la marque communautaire poursuit son avancée

PAR NADIA DI PILLO

Cette année, la Journée luxembourgeoise de la propriété intellectuelle était axée sur le thème: «**Marques, dessins et modèles: usages et lutte anti-contrefaçon**». L'occasion pour de nombreux orateurs de rappeler la nécessité de sensibiliser le grand public à ces enjeux stratégiques.

Il reste encore du chemin à parcourir en matière de sensibilisation du grand public et des entreprises. Tel a été le constat dressé par de nombreux orateurs hier et en particulier par le ministre de l'Economie au vu de l'évolution de la propriété intellectuelle au Grand-Duché. Si les chiffres sont plutôt favorables, «il faut continuer à encourager les entreprises à intégrer le concept de propriété intellectuelle dans leurs démarches», a insisté le ministre.

La marque reste sous-estimée par bon nombre d'entreprises qui y voient uniquement une question de coûts. En revanche, de réels progrès ont été enregistrés au niveau des dessins et des modèles. Quant à la lutte anti-contrefaçon, elle s'avère «de plus en plus difficile», notamment en raison du fait «qu'elle nécessite l'appui des consommateurs qui ne sont pas toujours sensibilisés à ce fléau».

Le ministre n'a pas manqué de préciser que parmi les 65 propositions gouvernementales pour rendre l'économie luxembourgeoise plus compétitive figure la création d'un Institut de la propriété intellectuelle. Sa mission: assurer une meilleure efficacité de la propriété intellectuelle et soutenir la valorisation de la recherche.

Vers une nouvelle stratégie européenne

Corinna Ullrich, chef adjointe de l'Unité «Respect des droits de propriété intellectuelle» à la Commission européenne, a ensuite présenté la stratégie européenne que Bruxelles s'appête à adopter. L'objectif est de «définir une nou-



Le ministre de l'Economie Jeannot Krecké propose la création d'un Institut de la propriété intellectuelle.

(PHOTOS: MARC WILWERT)

velle politique afin de profiter pleinement des avantages de l'économie numérique». Cette nouvelle stratégie comporte trois parties: les droits d'auteurs (gestion collective des droits, oeuvres orphelines); les brevets et les marques (brevet unitaire, révision du système des marques européen-



António Campinos

nes) et un plan d'action pour la lutte contre la contrefaçon et le piratage. L'adoption de la nouvelle stratégie est prévue fin mai 2011.

Corinna Ullrich a rappelé que l'Observatoire européen de la contrefaçon et du piratage est en première ligne dans la lutte contre les marchandises contrefaites ou les téléchargements illégaux et autres atteintes aux droits de propriété intellectuelle. Il s'agit d'un réseau d'autorités nationales et d'autres parties prenantes mis en place en 2009 et qui a pour objectif de rassembler et d'analyser des données sur le volume et l'impact de la contrefaçon et du piratage. Il constitue une plateforme consacrée à la sensibilisation et au partage de meilleures pratiques en matière d'application des droits de propriété intellectuelle. Pour remédier à son «efficacité réduite», un protocole d'accord a été signé ce mois-ci sur le soutien temporaire de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (OHMI),

en attendant une proposition de règlement prévue pour le mois prochain.

Autre action majeure prévue par la Commission européenne: la révision de la directive 2004/48/CE, principal instrument législatif. Selon Corinna Ullrich, «il y a de fortes divergences, entre les Etats membres, dans l'application de certaines dispositions ainsi que des problèmes pratiques dans l'environnement numérique». La proposition de révision est prévue pour début 2012.

Enfin, des mesures sont prévues dans le domaine des douanes, avec notamment le lancement de «Copis», un nouveau système de gestion des applications concernant l'intervention douanière et les statistiques dans le domaine de la contrefaçon et la protection de la propriété intellectuelle.

La marque communautaire progresse toujours

António Campinos, président de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur, a présenté les défis qui attendent l'office des marques, dessins et modèles officiel de l'Union européenne. Le président a d'abord souligné qu'en dépit de la crise financière, la marque communautaire a poursuivi son avancée clôturant l'année 2010 sur un nombre de demandes sans précédent, supérieur de 11 % à celui de 2009. Les dessins et modèles communautaires ont également confirmé leur rebond, avec une croissance de 7 %. En ce qui concerne les délais, la majeure partie des marques ont été publiées en onze semaines et enregistrées en 26 semaines. L'orientation générale que l'OHMI doit désormais suivre est claire: «Nous devons mettre davantage l'accent sur la qualité et renforcer notre coopération avec les parties prenantes, c'est-à-dire avec les offices nationaux, nos partenaires internationaux, la Commission européenne et bien entendu les usagers», a indiqué son président.