

Construction Rights

#08 Droit intellectuel dans la construction

2016

Cher Lecteur,

Les marques, ça fonctionne // Vous êtes entrepreneur et vous voulez vous distinguer de vos concurrents, vous positionner sur le marché et être parfaitement identifiable ? En général, pour atteindre ces objectifs, vous vous servez de votre nom d'entreprise ou de votre logo. Mais que se passe-t-il si vos concurrents les utilisent déjà, même légèrement modifiés, pour vous couper l'herbe sous les pieds ? Alors, il ne vous reste plus qu'à enregistrer votre marque. Ainsi, vous êtes protégé et vous pouvez tenter une action en cas d'abus.

Une demande de protection de marque est facile et abordable. Vérifiez d'abord sur le site de l'OBPI, www.boip.int si la marque ou le logo que vous envisagez n'existent pas encore dans votre branche ou une branche similaire. Ils doivent aussi être distinctifs. Un nom purement descriptif comme 'MegaCarreaux' pour un spécialiste de carreaux de grands formats, ne convient pas pour une protection. Il ne peut pas non plus rappeler des marques de renommée internationale. Lorsque vos projets prennent forme, vous pouvez glaner des infos sur le site du SPF Economie ou des instituts de recherche et d'expertise, comme la Cellule Brevets du CSTC. Ou prendre rendez-vous pour poser toutes vos questions spécifiques.

L'enregistrement d'une marque n'est pas cher. Pour 240 euros, votre marque est protégée dans tout le Benelux pendant 10 ans. Ainsi, en tant qu'entrepreneur, vous êtes mieux armé contre les abus. Vous pouvez aussi utiliser votre marque comme garantie auprès d'une banque ou accorder une licence par exemple à un sous-traitant. Selon certaines études, les marques renforcent la fidélisation des utilisateurs, et conserver un client existant demande moins de travail qu'acquiescer un nouveau client. Les marques déposées obtiennent de meilleurs résultats sur Google AdWords et permettent d'ouvrir plus facilement un compte sur les réseaux sociaux.

Mais attention, une marque n'est pas une solution miracle. Construire une marque forte demande du travail et il faut rester attentif aux abus. Si vous le souhaitez, pour 50 euros, vous pouvez souscrire un abonnement auprès de l'OBPI et vous serez automatiquement tenu au courant de toutes les nouvelles marques plus ou moins similaires de votre secteur.



Bruno Vanderschoot,
account manager de l'Office
Benelux de la Propriété
intellectuelle (OBPI)

Sommaire

- # Protection des marques : ça pourrait vous intéresser !
- # La prime d'innovation, vous connaissez ?
- # Règles de jeu revisitées pour la nouvelle Marque de l'UE
- # Remplacement de la déduction fiscale pour les revenus de brevets
- # i-DEPOT : plus de possibilités
- # Enseignement & innovation : le top 100 et les Belges

ACTUEL

La prime d'innovation, vous connaissez ?

Pour stimuler l'innovation dans votre entreprise, différentes formes d'aide sont à votre disposition. Pour plus d'infos à ce sujet, adressez-vous au [SPF Economie](#) ou à la [Cellule Brevets](#) du CSTC. La prime d'innovation est l'une de ces mesures de soutien, que vous, en tant d'employeur, pouvez attribuer sous certaines conditions à vos collaborateurs qui ont travaillé à un projet d'innovation. Aucune cotisation sociale ou taxes ne sont dues sur cette prime. Il s'agit donc d'un montant net qui vient s'ajouter au salaire.

En voici les règles de base.

- × Pour quelle innovation ? L'innovation peut porter sur les produits, le processus de production ou l'organisation du travail. Elle doit être réalisée ou en cours d'exécution et apporter (à terme) une réelle plus-value à votre entreprise sur le plan de la technique, de l'économie, de la productivité, de l'environnement, du bien-être au travail ou dans d'autres domaines.
- × Pour tous les collaborateurs ? Chaque année, vous ne pouvez attribuer une prime d'innovation qu'à maximum 10% de vos collaborateurs. Pour des entreprises qui occupent moins de 30 personnes, le nombre maximum de collaborateurs est de 3. Par projet d'innovation accepté, maximum 10 collaborateurs entrent en considération pour cette prime. Mais plusieurs projets d'innovation peuvent être menés de front.
- × Montant ? Ce montant est soumis à une double limitation. Par an, la prime ne peut pas être supérieure au salaire mensuel brut du collaborateur qui en bénéficie. Par contre, elle peut être répartie entre différents projets d'innovation. En tout, votre entreprise ne peut pas distribuer plus de primes que l'équivalent de 1% de la masse salariale annuelle totale.

× Comment ça fonctionne ? Vous commencez par informer tous les collaborateurs sur les critères et procédures d'attribution. Vous trouverez sur le site internet du SPF Economie un formulaire standard, de demande de reconnaissance par le service public. Normalement, vous recevrez une réponse dans les 2 semaines. En cas d'acceptation, on vous attribuera un numéro de dossier. Dès que vous répartissez la prime, vous devez envoyer un e-mail à l'ONSS avec le nom des bénéficiaires, les montants et le numéro de dossier du SPF Economie. Et dans votre entreprise, vous devez présenter le projet d'innovation finalisé à tous les collaborateurs.

La prime d'innovation est opérationnelle depuis 10 ans. Au cours de cette période, environ 11 500 dossiers ont été introduits auprès du SPF Economie. Chaque année, environ 2200 collaborateurs ont bénéficié d'une prime d'un montant moyen de 1.440 euros. Vous trouverez plus d'infos et une brochure explicative sur le site internet du [SPF Economie](#).



Marques et modèles : pas seulement sur les podiums

Les marques et les modèles (ou les dessins) font parties des droits intellectuels au même titre que les brevets et les droits d'auteur.

× L'identification qui vous sert à distinguer vos produits, services ou entreprises de ceux de vos concurrents peuvent être protégée comme marque. En général, il s'agit d'un nom et/ou d'un logo, mais la protection de la marque peut également s'étendre à une forme (comme par exemple la petite bouteille de Coca-Cola), une couleur ou même un son. Cette protection peut être demandée pour le Benelux (www.boip.int), pour l'Union européenne (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/fr/>) ou pour une série d'autres pays spécifiques (www.wipo.int). Cette protection est valable pendant dix ans et peut être prolongée de façon indéterminée. Pour vérifier si une marque est déjà protégée, rendez-vous sur www.tmview.europa.eu.

× Une forme, un motif déterminé ou même une texture caractéristique, utilisés pour une production de masse, peuvent être protégés comme modèle (3D) ou dessin (2D). Dans le secteur du bâtiment, il peut s'agir par exemple de poignées de porte, tapis, interrupteurs, carreaux, robinets de radiateur, grilles de portes ou parquets. À condition que la forme de ces produits ait un caractère suffisamment distinctif. Cette protection peut être demandée pour le Benelux, l'Union européenne ou une série de pays spécifiques. Sa durée est de cinq ans, renouvelable pour un même nombre d'années jusqu'à maximum 25 ans. Pour vérifier si un élément est protégé comme modèle ou dessin, rendez-vous sur www.boip.int.

Une petite remarque en passant. Un modèle protège une forme spécifique. Mais cette protection peut être assez facilement contournée en apportant quelques modifications à la forme. Si cette forme possède aussi des caractéristiques techniques, vous avez tout avantage à la protéger par un brevet. Si pour l'une ou l'autre raison vous n'y arrivez pas, vous pouvez toujours envisager une protection comme modèle.

× Avec une protection comme marque ou modèle vous pouvez défendre vos concurrents d'utiliser le nom, logo ou autre caractéristique que vous avez protégés. Et il va de soi, que vous non plus vous ne pouvez violer la protection de la marque d'autrui. Si vous voulez lancer un nouveau produit, avec un nouveau nom ou une nouvelle forme, vérifiez d'abord s'il n'existe pas déjà une protection pour des caractéristiques similaires.

Règles de jeu revisitées pour la nouvelle Marque de l'UE

Dans notre newsletter précédente, nous vous annoncions déjà que la Marque communautaire s'appellerait désormais la Marque de l'UE. Tout comme c'était le cas auparavant, la Marque de l'UE permet toujours de protéger une marque dans les 28 états-membres de l'Union européenne. Ce qui est vraiment intéressant, puisque cela couvre un marché de 500 millions de consommateurs. Mais ce changement de nom entraîne aussi quelques modification dans les règles de jeu, qui concernent d'ailleurs aussi les marques nationales. En bref.

× Le changement le plus radical réside dans le fait que désormais, vous devez décrire très clairement et très minutieusement les produits et services pour lesquels vous demandez la protection de la marque. Pour ce faire, vous n'utilisez plus la terminologie classique de la classification de Nice d'application dans le monde entier, avec ses 45 classes, dont les classes 19 (matériaux de construction) et 37 (construction, réparation, installation) sont les plus courantes pour le secteur du bâtiment. Imaginons que votre marque concerne la démolition d'un bâtiment ou d'un pont. Si vous vous limitez à la description de la classe 37 (Activités de construction, réparation, installation), celle-ci sera interprétée littéralement. Et les activités de démolition ne sont pas reprises parmi celles-ci. Désormais, vous devez opter pour une description précise, comme par exemple 'démolition de bâtiments' ou 'démolition de ponts'.

× Pour vous expliquer cette nouvelle manière de procéder de façon plus pratique, vous trouverez sur le site internet de l'EUIPO (European Union Intellectual Property Office, le nouveau

nom de l'OHIM) une liste d'activités qui n'ont pas leur place dans l'interprétation littérale de la description générale des classes. Si les produits et services qui y sont repris sont d'application pour vous, et que vous n'avez utilisé que la description générique des classes dans la demande que vous avez introduite, vous devez adapter votre protection de la marque. Cette liste n'est cependant pas exhaustive. Le [Goods and services builder](#) peut également vous aider à trouver la description correcte de vos activités. En cas de doute, demandez conseil à votre conseiller en marques ou à la Cellule Brevets.

× Si vous voulez utiliser une couleur pour votre marque (nom, logo), vous devrez également la renseigner. Par le passé, lors du dépôt de votre demande, vous pouviez choisir une solution noir/blanc à laquelle vous pouviez ajouter des couleurs par la suite.

× Une marque ne doit plus être uniquement représentée graphiquement. Vous pouvez donc plus facilement faire enregistrer des caractéristiques non visibles comme des odeurs ou des

sons. La marque doit cependant être reprise dans le registre des marques de façon à ce que l'on comprenne clairement ce qui est couvert par la protection.

× Les taxes de dépôt ont également été adaptées. La taxe de base passe de 900 à 850 euros, mais cette réduction est contrebalancée par le fait que pour ce prix-là, vous n'obtenez une protection que pour une seule classe de produits et services contre trois par le passé. Pour la protection d'une seconde classe, vous payez 50 euros de plus, et 150 euros de plus pour chaque classe supplémentaire.



La déduction pour revenus de brevets est remplacée par le Régime de revenus d'innovation

Dans le cadre du plan d'action de l'OCDE pour contrer une concurrence fiscale indésirable entre les pays, le gouvernement fédéral a été contraint d'adapter la déduction fiscale pour revenus de brevets introduite en 2007. L'objectif du plan d'action de l'OCDE est de n'autoriser cette déduction fiscale dans l'avenir, que si des efforts ont effectivement été consentis en R&D avec les frais que cela comporte. Et n'entreront en considération pour cette déduction, que les frais qui ont effectivement trait ou développement ou à l'amélioration des droits de propriété intellectuelle. Un projet de loi du gouvernement fédéral a été déposé dans ce sens. Il propose l'introduction d'un régime de revenus d'innovation exonérés en remplacement de la déduction. Dans le règlement actuel, 80% des revenus de brevets – et plus particulièrement les rétributions pour licences et les rétributions comprises dans le prix de vente des biens ou services de l'entreprise - sont exemptées d'impôts. Ce règlement n'est plus d'application pour les demandes de brevets déposées à partir du 1 juillet 2016 et plus tard. Pour ces brevets, un système de revenus exonérés d'innovation qui doit encore être précisé, sera d'application. Pour les demandes de brevets déposées avant cette date des mesures transitoires seront mises en place.

Comme le projet de loi risque d'encore évoluer considérablement, l'incertitude règne actuellement. Nous allons suivre cette évolution pour vous et nous vous tiendrons au courant via notre site internet, dans notre prochaine newsletter.



ACTUEL

i-DEPOT, plus de possibilités

La procédure pour introduire un i-DEPOT a été récemment modifiée. Jusqu'à présent, vous deviez toujours introduire votre i-DEPOT personnellement. Depuis début septembre, des mandataires en matière de marques, des avocats spécialisés et autres représentants autorisés peuvent également s'en charger pour leurs clients.

À terme, une adaptation encore plus importante est au programme. On discute en effet actuellement de la possibilité d'introduire un i-DEPOT 'public'. Les informations contenues dans cet i-DEPOT seraient partiellement ou totalement accessibles sur le site internet de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle www.boip.int. Ainsi, vous pourriez entrer en contact avec les concepteurs, industriels ou autres parties intéressées.



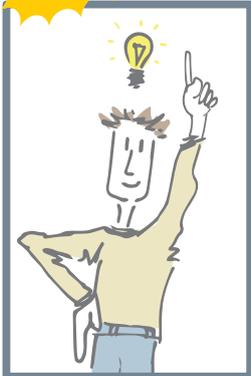
Jean Patent: épisode 1

JEAN EST ENTREPRENEUR ET IL EST CONFRONTÉ À UN PROBLÈME D'EXÉCUTION RÉCURRENT. "COMMENT EST-CE QUE JE POURRAIS SOLUTIONNER CE CASSE-TÊTE ?"

JEAN COMMENCE PAR DÉVELOPPER SON IDÉE EN TOUTE SÉCURITÉ DANS SON ATELIER. "ILS NE VONT PAS EN CROIRE LEURS YEUX ..."

JEAN PRÉSENTE SA SOLUTION AU SALON DU BÂTIMENT. ET SOUDAIN, IL SE FAIT INTERPELLER PAR YVES, SON CONCURRENT. IL SEMBLERAIT QU'IL AIT DÉJÀ DÉPOSÉ UN BREVET POUR LA MÊME SOLUTION. "ARRÊTE JEAN, JE NE VAIS PAS ME LAISSER FAIRE."

EUREKA!



CONCLUSION: MÊME SI VOUS AVEZ DÉVELOPPÉ VOUS-MÊME UN PROJET, VOUS NE POUVEZ PAS LE COMMERCIALISER SI QUELQU'UN D'AUTRE A DÉJÀ OBTENU UN BREVET POUR UN MÊME PROJET.

Selon Reuters, la KU Leuven est l'université la plus innovante d'Europe

L'agence de presse internationale Reuters a récemment établi, en collaboration avec la division de la propriété intellectuelle & des sciences de Thomson Reuters, la liste des 100 universités et écoles supérieures les plus innovantes d'Europe. Ces 100 établissements ont été sélectionnés parmi plus de 600 candidats, sur base des efforts fournis pour promouvoir les sciences, mettre de nouvelles technologies au point et stimuler l'économie. En numéro 1, on trouve l'université flamande KU Leuven et son département de recherche scientifique avancée et approfondie. Selon Reuters, la KU Leuven mérite cette distinction notamment en raison des nombreuses inventions

significatives issues de cette recherche. Les chercheurs louvanistes déposent plus de demandes de brevet que ceux de toutes les autres universités européennes, et des chercheurs extérieurs citent souvent la KU Leuven dans leur propre demande de brevet. La liste comporte encore cinq autres institutions belges: l'ULB y figure à la 21^e place, l'UG à la 22^e, la VUB à la 50^e, l'UCL à la 61^e et l'ULg à la 71^e place. Pour plus d'infos sur le top 100 des universités et sur la méthodologie de recherche, cliquez [ici](#).

BON À SAVOIR

Plus noir que noir

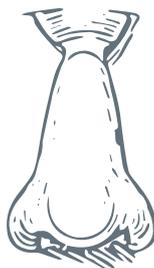
Sciences et art sont souvent bien plus proches qu'on pourrait le croire. L'artiste britannique Anish Kapoor a acheté une partie des droits d'utilisation à des fins artistiques du produit Vantablack. Pour le moment, il s'agit du noir le plus noir du monde, utilisé par exemple pour rendre des bombardiers furtifs et autres satellites invisibles. La couleur est développée par la société Surrey NanoSystems, en utilisant les nanotechnologies. À la surface, des tubes de carbone de tailles nanométriques absorbent 99,96% de la lumière incidente. Surrey NanoSystems possède un brevet sur ce noir (brevet de procédé), qui est donc protégé pour toutes les applications. Par contre, tout le monde a encore le droit de développer son propre 'plus noir que noir'. C'est ainsi qu'en collaboration avec la NASA et la Rice University (Houston, Texas),



Frederik De Wilde, un artiste belge, a mis un noir presque aussi noir au point, que l'on peut admirer dans quelques-unes de ses œuvres et qui est destiné à des applications dans les domaines de l'énergie renouvelable, d'explorations spatiales télescopiques et pour rendre des objets invisibles.

Avoir du nez...

Peut-on enregistrer des odeurs comme marques ? Oui, mais l'odeur doit être indépendante du produit proprement dit. Ainsi, une demande de protection du Chanel n° 5, la tenue de nuit préférée de Marilyn Monroe, s'est vu opposer un non catégorique en Grande-Bretagne. L'odeur en question doit en effet être explicitement ajoutée au produit, qui n'aurait autrement aucune odeur. Par contre, les Britanniques se sont montrés plus conciliants pour l'odeur de rose que dégagent des pneus en caoutchouc et pour des fléchettes au parfum de Bitter Ale, même si ces deux décisions sont contestées par l'EUIPO. Aux Pays-Bas, une protection a été accordée au parfum de pe-



louse fraîchement tondu ajoutée à des balles de tennis. Bientôt, Roland Garros aura au parfum de Wimbledon ...

... et l'oreille

Les odeurs, mais aussi les sons peuvent être protégés comme des marques. Parmi les exemples américains les plus connus qui font maintenant partie de notre patrimoine culturel commun, citons le rugissement du lion de la MGM, le cri de Tarzan (utilisé pour les figurines Edgar Rice Burroughs Inc.), le message « You've got mail » d'America

Online et la fameuse cloche de la New York Stock Exchange. Harley Davidson par contre a eu moins de chance. Pendant six ans le fabricant a livré une bataille juridique pour protéger le bruit typique de moulin à café de ses moteurs, et a finalement jeté l'éponge sans avoir obtenu satisfaction.



AGENDA

Vous aimeriez connaître l'agenda des événements sur le thème de la propriété intellectuelle? Alors, cliquez [ici](#) ou surfez sur www.ocbc.be. Vous y trouverez une liste actualisée de tous les ateliers, formations, salons et autres événements nationaux et internationaux. Et vous profiterez d'une mise à jour automatique de l'agenda si vous nous suivez sur

 [@CelluleBrevet](https://twitter.com/CelluleBrevet)



Les éditions précédentes de notre newsletter sont disponibles sur www.ocbc.be.

CELLULE BREVETS CSTC

Lozenberg 7,
1932 St-Stevens-Woluwe
Tél. +32 2 716 42 11
www.ocbc.be
brevet@bbri.be
E.R: Jan Venstermans