

## Chapitre 4 : Droit d'auteur

### 1. Droit d'auteur dans l'environnement numérique

Le droit d'auteur est un terme juridique qui désigne les droits conférés aux auteurs d'un large éventail d'œuvres quel que soit leur genre, leur mérite ou leur destination. Ces œuvres doivent être une réalisation personnelle et originale. Certains pays demandent que la création soit matérialisée et qu'il y ait une preuve tangible de l'œuvre, comme étant écrite sur du papier, peinte sur une toile ou encore enregistrée.

Droit d'auteur des bases de données, droit d'auteur des logiciels.

#### Cas spécifique des logiciels libres (free software)[11] :

La Free Software Foundation (FSF) est la principale organisation qui soutient le Projet GNU lancé en 1984 pour développer un système d'exploitation complet de style Unix, qui soit un logiciel libre : le système GNU. Bruce Perens et Eric S. Raymond créent alors la notion d'Open Source, qui vise à accroître la diffusion des logiciels de ce type.

“Le but de la définition de l'Open Source est de protéger le processus de l'Open Source, de s'assurer que le logiciel « open-source » pourra être examiné par des pairs indépendants et suivre une évolution faite d'améliorations et de sélections continues, pour atteindre des niveaux de fiabilité et de puissance dont aucun éditeur de produit propriétaire ne peut se

targuer”.  open source

Les utilisateurs d'un logiciel libre peuvent, sans aucune permission, et sans s'acquitter d'aucune taxe, utiliser le programme pour n'importe quel usage. Ils ont aussi la possibilité d'accéder au code source (le code du programme tel qu'il a été écrit initialement par les programmeurs) qui leur permet d'étudier le programme, de le modifier et de publier les éventuelles améliorations qu'ils y auront apportées. Enfin, ils sont autorisés à redistribuer

des copies du logiciel gratuitement ou contre rémunération, autrement dit toute entreprise ou particulier peut les commercialiser

## **2. Droit d'auteur dans l'internet et le commerce électronique**

Le droit d'auteur dans l'internet et le commerce électronique vise à protéger les œuvres originales créées par des auteurs, artistes, et autres créateurs contre la reproduction, la diffusion ou l'exploitation non autorisée en ligne.

### **2.1 Droit des noms de domaine :**

En raison de leur importance commerciale et de leur impact sur la visibilité en ligne des entreprises et des marques, les noms de domaine sont considérés comme une extension de la propriété intellectuelle et sont souvent protégés pour éviter les conflits avec des marques existantes. Le droit de nom de domaine vise à réguler l'enregistrement, l'utilisation, et la protection des noms de domaine, qui sont les adresses uniques permettant d'identifier et d'accéder aux sites web sur Internet.

Les noms de domaine sont enregistrés auprès d'organismes de **registre** accrédités, comme l'ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) pour les domaines génériques (gTLDs) et les registres nationaux pour les domaines nationaux (ccTLDs).

L'enregistrement se fait sur la base du principe du **premier arrivé, premier servi**, c'est-à-dire que le premier demandeur qui répond aux critères d'enregistrement peut obtenir le nom de domaine.

Pour les entreprises, il est essentiel de réserver les noms de domaine qui correspondent à leurs marques ou services pour éviter que des tiers n'en prennent possession.

### **2.2 Propriété intellectuelle sur internet :**

Elle concerne le droit d'auteur, les marques, les brevets, les noms de domaine et les secrets commerciaux. Avec la facilité de reproduction, de partage et de diffusion de contenu en ligne, la propriété intellectuelle sur Internet devient un domaine complexe et essentiel pour protéger les droits des créateurs, des entreprises et des utilisateurs.

La violation du droit d'auteur en ligne (comme la copie illégale d'images ou de vidéos) est fréquente. Les plateformes comme YouTube, Facebook, et Instagram ont développé des

outils de détection automatique pour protéger les œuvres des créateurs et limiter le partage illégal.

### **2.3 Droit du site de commerce électronique :**

- Dans le commerce électronique, les œuvres protégées par le droit d'auteur sont souvent vendues sous forme de produits numériques (ebooks, musique, films, logiciels). Les plateformes d'e-commerce doivent donc veiller à obtenir des licences pour distribuer ces œuvres de manière légale.
- Les contrats de licence permettent aux plateformes de vendre ou louer des œuvres numériques sans céder les droits d'auteur. Par exemple, les plateformes de streaming (comme Spotify ou Netflix) fonctionnent sous licence et paient des redevances aux titulaires de droits pour chaque utilisation.

### **2.4 Propriété intellectuelle et réseaux sociaux :**

Il se réfère à l'ensemble des règles et droits qui protègent les œuvres, marques et créations diffusées sur ces plateformes. Les réseaux sociaux étant des espaces de partage massif de contenus visuels, textuels, musicaux, et vidéo, ils exposent les créateurs à des risques de violation de leurs droits, tout en offrant des opportunités uniques pour promouvoir et diffuser leurs œuvres.

**2.4.1 Licences accordées aux plateformes :** En créant un compte et en partageant des contenus, les utilisateurs acceptent généralement les **conditions d'utilisation** de la plateforme, qui incluent une licence d'utilisation accordée aux réseaux sociaux. Cela signifie que les plateformes peuvent utiliser, modifier, ou distribuer les contenus pour le fonctionnement de leurs services, souvent à une échelle mondiale et sans exclusivité.

**2.4.2 Autorisation de partage :** Partager ou réutiliser une œuvre sur les réseaux sociaux sans l'autorisation de son créateur peut constituer une violation du droit d'auteur. Cependant, les utilisateurs partagent souvent des contenus en présumant que le partage est permis, ce qui peut causer des conflits juridiques.

### **3. Brevet**

#### **3.1 Définition:**

L'enregistrement d'un brevet n'est pas obligatoire mais constitue une protection certaine pour l'inventeur. Pour obtenir un brevet d'une invention doit remplir les trois conditions suivantes :

**A1. Être nouvelle** (doit être la première de ce genre dans le monde) ;

**A2. Utilité d'un brevet** : Être utile.

**A3. Constituer un apport inventif** (c'est-à-dire, représenter une amélioration qui ne serait pas évidente pour les experts du domaine).

#### **3.2 La brevetabilité :**

Comme Un produit, un nouveau composé chimique, un appareil ou toute amélioration des appareils.

#### **3.2 La non brevetabilité :**

Comme Un principe scientifique, Un théorème, une simple idée.

#### **3.3 Demande de brevet en Algérie et dans le monde :**

Le dépôt de la demande se fait auprès des offices des brevets. La demande comporte une description et un schéma détaillé de l'invention et de son mode de fonctionnement. La description est généralement accompagnée d'illustrations, dessins, plans ou graphiques.

Citons au niveau Européen et Africain :

- l'Office européen des brevets (OEB) dont le siège se trouve à Munich en Allemagne.
- L'OEB possède également un département à La Haye et des bureaux à Berlin et Vienne
- Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI)
- Organisation Régionale Africaine de la Propriété Intellectuelle (ARIPO)

- Organisation Eurasienne de la Propriété Intellectuelle (EAPO)

#### En Algérie :

Le brevet est un titre de droit de propriété industrielle; un document officiel délivré à l'inventeur par l'administration compétente de l'Institut National Algérien de la Propriété Industrielle ("INAPI").

## 4. Marques, dessins et modèles

### 4.1 Définition :

Une marque peut se composer : de mots (Exemple HAMOUD BOUALEM, Yahoo, Google, Lacoste, Nestlé, ), de lettres (ABB), de chiffres (501), de slogans («Les chats achèteraient Whiskas»), pris isolément ou en combinaison.

On peut aussi protéger une marque sonore (telle que les mélodies) ou des parfums ou couleur utilisés comme caractères distinctifs.



Figure 4.1 : Image des marques déposées

### 4.2 Droit des Marques :

Le droit des marques fait partie de la propriété intellectuelle et protège les signes distinctifs d'une entreprise, comme les noms, logos, slogans, couleurs, formes de produits ou emballages, qui permettent aux consommateurs d'identifier et de distinguer les produits ou services d'une entreprise par rapport à ceux des autres.

Les droits des marques :

1. **Enregistrement** : Pour être protégée, une marque doit être enregistrée auprès de l'office des marques du pays concerné, par exemple l'INPI (Institut National de la

Propriété Industrielle) en France, ou auprès d'institutions régionales comme l'Office de l'Union Européenne pour la Propriété Intellectuelle (EUIPO) pour une protection au sein de l'UE.

2. **Conditions de validité** : La marque doit être distinctive, licite (ne pas tromper les consommateurs ni violer l'ordre public), et disponible (ne pas être déjà enregistrée pour des produits ou services similaires).
3. **Durée de protection** : Une marque est protégée pour une durée de 10 ans, renouvelable indéfiniment moyennant le paiement de frais. Cela permet aux entreprises de maintenir leurs marques aussi longtemps qu'elles en ont besoin.

**4.3 Droit des dessins et modèles** : Rapprocher et rationaliser les procédures nationales et régionales de demande d'enregistrement de marques en simplifiant et en harmonisant certains éléments de ces procédures.

#### **4.4 Appellation d'origine :**

C'est un signe de qualité et d'origine qui atteste qu'un produit provient d'une région ou d'un lieu spécifique et que ses caractéristiques uniques résultent de ce terroir particulier. C'est un concept clé dans la protection des produits alimentaires, vins, et spiritueux, entre autres.

Une appellation d'origine repose sur le lien étroit entre la qualité du produit et son lieu d'origine. Les conditions de production, le climat, le sol et les savoir-faire locaux jouent un rôle essentiel dans les caractéristiques distinctives du produit.

#### **Différents types d'Appellations**

3. **AOP (Appellation d'Origine Protégée)** : Elle garantit qu'un produit a été produit, transformé et élaboré dans une zone géographique déterminée en respectant un savoir-faire reconnu.
4. **IGP (Indication Géographique Protégée)** : Elle assure qu'au moins une des étapes de production, transformation ou élaboration a lieu dans la zone définie. Elle est plus souple que l'AOP, mais protège également la réputation et la qualité d'un produit.

Pour obtenir une appellation, un groupe de producteurs doit démontrer le lien entre le produit et sa région, ainsi que les pratiques traditionnelles de production. Ils déposent ensuite un cahier des charges auprès d'une autorité compétente, comme l'INAO (Institut National de l'Origine et de la Qualité). Cette démarche assure la protection juridique de l'appellation.

#### **4.5 Le secret :**

Le secret peut prendre plusieurs formes, mais dans le contexte juridique et commercial, on parle souvent du secret professionnel, du secret des affaires et du secret bancaire, chacun jouant un rôle crucial dans la protection des informations sensibles. Voici un aperçu des principaux types de secrets et de leur importance :

##### **4.5.1 Secret de Fabrication et Savoir-Faire**

- Il s'agit du savoir-faire technique et des méthodes de fabrication détenues par une entreprise, souvent sans protection par un brevet.
- Pour les entreprises, le secret de fabrication est une alternative à la propriété intellectuelle formelle, car il ne nécessite pas de publication, comme c'est le cas pour un brevet.

##### **4.5.2 Secret Défense**

- Le secret défense concerne les informations sensibles qui touchent à la sécurité nationale, comme les plans militaires, les infrastructures stratégiques, ou les informations concernant les technologies de défense.
- Ces informations sont strictement protégées par la loi et leur divulgation constitue une infraction grave pouvant entraîner des sanctions pénales lourdes.

#### **4.5.3 Secret des Affaires**

- Le secret des affaires protège les informations commerciales confidentielles d'une entreprise, comme ses stratégies commerciales, ses techniques de production, ses formules (ex. la recette d'un produit), ou ses plans de recherche et développement.
- Les informations doivent répondre à trois critères pour être qualifiées de secret d'affaires : être secrètes, avoir une valeur commerciale, et faire l'objet de mesures de protection raisonnables de la part de leur détenteur.

#### **4.5.4 Secret Professionnel**

- Le secret professionnel est l'obligation légale pour certaines professions (médecins, avocats, notaires, etc...) de garder confidentielles les informations personnelles et sensibles qu'ils obtiennent dans le cadre de leur activité.
- Toute divulgation de ces informations sans consentement peut être punie par la loi, car elle constitue une atteinte à la confiance que les clients ou patients accordent aux professionnels.

#### **4.6 La contrefaçon :**

Toute reproduction, imitation ou usage non autorisé d'une marque est considéré comme une contrefaçon, ce qui est puni par la loi. Le titulaire d'une marque peut poursuivre en justice les contrevenants pour obtenir des dommages et intérêts et faire cesser les infractions.

Porte atteinte à la propriété industrielle. Le développement des techniques a également joué un rôle important dans le développement de la contrefaçon non numérique, en facilitant la réalisation de copies de nombreux produits

### **5. Droit des Indications géographiques**

#### **5.1 Définition :**

Protège les produits dont la qualité, la réputation ou les caractéristiques sont liées à une région géographique spécifique. Il fait partie de la propriété intellectuelle et vise à garantir

que seuls les produits répondant aux critères définis peuvent utiliser cette indication, contribuant ainsi à préserver les savoir-faire et traditions locales

Le droit s'applique aux produits agricoles, spiritueux, fromages, et certains produits artisanaux.

## **5.2 Protection des Indications Géographiques en Algérie :**

La protection des indications géographiques en Algérie joue un rôle clé dans la valorisation des produits locaux, la préservation des traditions culturelles, et le développement des économies régionales. Les IG contribuent à renforcer la compétitivité des produits algériens sur les marchés nationaux et internationaux tout en offrant aux consommateurs une garantie d'authenticité.

En Algérie, la protection des indications géographiques est encadrée par la **loi n° 03-17 de 2003** relative à la propriété industrielle, ainsi que par des décrets et arrêtés d'application. Cette loi vise la protection des IG, des appellations d'origine, et des noms de provenance pour des produits spécifiques.

Exemple de Produits Protégés ont déjà fait l'objet de démarches pour obtenir une IG, tels que le **Chlef de la figue de Barbarie** et les **dattes Deglet Nour de Tolga**.

Ces produits sont sélectionnés en fonction de leur lien fort avec une région géographique, leur qualité reconnue, et leur importance culturelle et économique.

## **5.3 Procédure d'Enregistrement**

- Les producteurs qui souhaitent protéger une indication géographique doivent soumettre une demande d'enregistrement auprès de l'**Institut National Algérien de la Propriété Industrielle (INAPI)**.
- Le dossier de demande doit inclure un **cahier des charges** qui détaille le produit, sa méthode de production, les pratiques traditionnelles, et les caractéristiques géographiques ou climatiques qui influent sur sa qualité.
- Une fois l'indication géographique reconnue, elle est inscrite au registre national des indications géographiques, conférant une protection exclusive aux producteurs de la région d'origine.

## 6. Protection et valorisation de la propriété intellectuelle

Elles sont essentielles pour encourager l'innovation, protéger les créations et permettre aux entreprises et aux créateurs de tirer un bénéfice économique de leurs travaux. La Protection et valorisation de la propriété intellectuelle comprend divers droits tels que les brevets, les droits d'auteur, les marques, les dessins et modèles industriels, et les secrets commerciaux.

La protection repose sur des outils juridiques qui permettent aux créateurs de revendiquer la paternité de leurs œuvres, d'empêcher les usages non autorisés, et d'obtenir une compensation pour l'utilisation de leurs créations.

Les Étapes pour une Protection Efficace, sont **l'Enregistrement**, la Surveillance et défense et Contrats et licences

### Types de Droits de Propriété Intellectuelle :

**Droit d'auteur** : Protège les œuvres littéraires, artistiques, et musicales, ainsi que les logiciels et bases de données.

**Marques** : Protègent les signes distinctifs (noms, logos, slogans) d'une entreprise.

**Brevets** : Protègent les inventions nouvelles et innovantes pour un temps limité (généralement 20 ans).

**Dessins et modèles industriels** : Protègent l'apparence, les formes, les motifs d'un produit pour le distinguer de ses concurrents.

**Secrets commerciaux** : Protègent les informations confidentielles (comme des formules, procédés, données stratégiques) qui donnent un avantage concurrentiel.