

Propriété intellectuelle : ce que toute agence devrait savoir

Quelques notions de base en propriété intellectuelle pour mieux protéger vos créations.

PAR GENEVIÈVE HALLÉ-DÉSILETS, ROBIC



Geneviève Hallé-Désilets
est avocate spécialisée en propriété intellectuelle chez ROBIC.

14

La création d'une image de marque soulève plusieurs considérations juridiques, notamment de propriété intellectuelle. En effet, il est important de choisir une marque de commerce distinctive, qui n'empiète pas sur les droits exclusifs d'un tiers. Or, qu'en est-il des divers éléments créatifs, comme les dessins, les slogans ou même la stratégie de développement d'une image de marque, élaborés par une agence dans le but de présenter un projet à un client potentiel ?

Il faut savoir que toute œuvre originale fixée sur un support sera généralement protégée par le droit d'auteur, dès sa création. L'œuvre en question doit toutefois faire partie des catégories d'œuvres protégées par la loi. Elle peut donc notamment consister en une œuvre littéraire (par exemple, un texte ou un slogan), artistique (par exemple, une photographie, un graphique ou un dessin) ou musicale (par exemple, une ritournelle).

Ensuite, l'œuvre sera considérée originale si elle émane de son auteur et si sa création a nécessité un certain exercice de talent et de jugement. Finalement, l'œuvre doit être fixée sur un support quelconque (par exemple, sur du papier ou sur un disque dur).

Une œuvre qui remplit ces trois critères confèrera à son titulaire le droit exclusif d'en reproduire la totalité ou une partie importante, sous toute forme que ce soit, ou d'autoriser une telle reproduction.

En général, lorsqu'un client octroie à une agence un mandat de développement d'une image de marque suite à une première proposition du projet par l'agence, les droits



de propriété intellectuelle en lien avec le mandat seront cédés au client. Cette cession doit toutefois être faite par écrit pour être valide. Cela dit, les créations d'une agence effectuées dans le cadre de la première proposition du projet peuvent-elles être protégées ?

Puisqu'une œuvre doit être fixée sur un support afin d'être protégée par la loi, seule l'expression d'une idée (et non l'idée elle-même) pourra bénéficier de la protection conférée par le droit d'auteur. Ainsi, au stade d'une proposition préliminaire à un client, pourront bénéficier d'une protection à titre de droit d'auteur, notamment, un texte, un slogan, un graphique, un dessin ou une ritournelle. Le marquage « © (année de la publication de l'œuvre) (nom de l'auteur), Tous droits réservés », devrait être apposé, de façon constante, sur tout document ou visuel en lien avec la proposition du projet. Un tel marquage sert à aviser le public qu'une œuvre est protégée par le droit d'auteur, ce qui aura nécessairement l'effet de dissuader un tiers de la reproduire sans autorisation. Finalement, quant à la stratégie d'image de marque en tant que telle ou tout autre élément qui ne peut être protégé par le droit d'auteur, il sera préférable d'en exiger la confidentialité, préférablement par écrit, si le contexte le permet.

Pour en savoir plus sur la propriété intellectuelle, inscrivez-vous à la conférence de Geneviève Hallé-Désilets, qui aura lieu ce printemps.