

SCIT.ATR.TM.2002.MG

Annual Technical Report 2002 on Trademark Information Activities submitted by Madagascar (SCIT/ATR/TM/2002/MG)

I. Évolution des activités d'enregistrement

Changements observés par rapport à l'année précédente en matière de dépôt de demandes et d'enregistrements

Il y a eu moins de dépôt que l'année 2001, avec 455 marques pour lesquelles la part des demandes étrangères a augmenté de 5% contre une baisse de celle des résidents.

Le volume des enregistrements quant à lui, a augmenté de façon significative avec plus de sept cent titres délivrés.

Tendances ou domaines dans lesquels des changements rapides sont observés par rapport à l'année précédente

On a remarqué une diminution des demandes pour les produits pharmaceutiques et pour les appareils scientifiques.

II. Questions relatives à la création, à la reproduction et à la diffusion de sources secondaires d'information en matière de marques, c'est-à-dire de bulletins de marques

Techniques de publication, d'impression, de reproduction

La Gazette Officielle de la Propriété Industrielle (GOPI) est produite par le service de documentation de l'office de façon périodique. Elle est commune pour les marques et pour les autres titres de propriété industrielle. La publication de la marque s'effectue après l'enregistrement, avec les données bibliographiques et les éléments figuratifs. Pour extraire les données sur les marques, on utilise un système semi-automatique : extraction dans la base, modifications et publication.

Principaux types d'avis publiés par l'office dans le domaine de l'information en matière de marques

La Gazette publie :

- pour les enregistrements : les données bibliographiques, les produits et/ou services, le mandataire le cas échéant, la reproduction de la marque.
- Pour les modifications : la nature de la modification, les nouvelles données
- Les annulations (abandon) et les radiations

Supports de grande capacité et microformes utilisés

Les données sur les marques sont gardées dans un disque dur et on fait des copies de sauvegarde sur CD-ROM.

Traitement de texte et automatisation de l'office

Pour la publication, l'office utilise la base de données MS ACCESS 2000 et MS WORD 2000

Traitement de texte et automatisation de l'office

Pour la publication, l'office utilise la base de données MS ACCESS 2000 et MS WORD 2000.

Techniques utilisées pour la production d'information en matière de marques (impression, enregistrement, photocomposition, etc.)

Le système d'édition est composé d'un scanner scanjet 5p et d'une imprimante laserjet 4050. La reproduction s'effectue par la photocopie noir et blanc au sein de l'office.

III. Questions relatives au classement, au reclassement et à l'indexation de l'information en matière de marques

Activités de classement et de reclassement; systèmes de classement utilisés, par exemple classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques (classification de Nice), classification internationale des éléments figuratifs des marques (classification de Vienne), autre classification (prière d'indiquer si les produits et services indiqués aux fins de l'enregistrement des marques ainsi que les éléments figuratifs des marques sont classés par votre office et, dans l'affirmative, la ou les classifications utilisées)

L'office utilise la classification internationale des produits et des services (classification de Nice) uniquement, pour indexer les informations en matière de marque. La classification internationale des éléments figuratifs des marques (de Vienne) n'est pas encore appliquée au sein de l'Office, faute de formation y afférente.

Depuis le mois de Janvier 2002, l'office utilise la 8ème édition de la classification de Nice avec 45 classes de produits et de services. Toutes les demandes d'enregistrement reçues à partir de cette date ont été classées selon cette nouvelle version. Les demandes antérieures gardent leurs classifications (42 classes) et on se réfère à la liste des produits et services pour la vérification. Les déposants sont assistés par un responsable (examinateur, chef de service) dans la classification.

Utilisation éventuelle d'un système de classement électronique pour vérifier les symboles de classement attribués par le déposant, qui figurent dans la liste de produits ou services

On n'utilise pas encore un système automatisé.

Obligation, pour le déposant, de recourir aux termes préétablis de la classification utilisée

Le déposant doit indiquer les classes requises, mais pour la liste des produits/services, il n'est pas obligé de reprendre les termes de la classification.

IV. Création et tenue à jour de systèmes de recherche manuelle concernant les marques

Les marques sont classées dans une armoire à casiers, comportant une référence des numéros de dépôt, par groupe de 50. Les références du déposant (mandataire selon son code d'identification ou particulier), le numéro de dépôt, la codification de la marque (verbale, figurative, complexe, semi-figurative) par le service figurent sur chaque marque.
La mise à jour s'effectue après les enregistrements dans la base de données.

Documentation d'autres offices disponible ou considérée comme faisant partie des dossiers de recherche existants

L'office dispose des Gazettes de quelques offices (OAPI, INPI, Algérie,...), mais elles ne sont pas utilisées pour la recherche.

V. Activités dans le domaine des systèmes de recherche informatisée concernant les marques

Systèmes au sein de l'office (en ligne/non connectés)

L'office utilise un système non connecté ; la recherche s'effectue dans une unique base de données MS ACCESS 2000. Cette base contient le registre de dépôts relatant la situation d'une marque (informations sur le dépôt, logo, inscriptions au registre, enregistrement, autres renseignements).

Matériel utilisé (machines, y compris les types de terminaux et les réseaux utilisés, et logiciels), supports utilisés

Dans le service des marques, on utilise deux ordinateurs (un pour la base de données et un autre pour le traitement de texte).

VI. Administration des services relatifs aux marques mis à la disposition du public (par exemple, moyens mis en place pour le dépôt des demandes, l'enregistrement des marques, l'aide aux clients en matière de procédure de recherche, la fourniture de publications officielles et la délivrance d'extraits de registre)

Planification, administration, automatisation, sécurité

Pour toute information, l'office reçoit directement dans ses bureaux le public pour une consultation gratuite et répond aussi aux demandes d'informations par téléphone, mail, par lettre ou fax, dans le respect de la législation sur les marques.
Dans ce cadre, la base de données des marques reste inaccessible au public, notamment les demandes d'enregistrement.

Gestion, conservation de la collection

La collection est entretenue par le personnel du service des marques et est mise à jour régulièrement.

Services d'information offerts au public (y compris services informatisés et dossiers de recherche contenus dans des bibliothèques extérieures à votre office, et information en matière de marques placée par votre office sur le réseau World Wide Web)

L'office ne dispose pas encore d'un site web (en cours) et ne fournit au public des dossiers de recherche dans des bibliothèques externes. Pour les enregistrements, les publications de l'office (GOPI) sont mises à la disposition du public pour consultation gratuite sur place ou pour acquisition à moindre frais. Toutes les marques enregistrées y figurent. Il n'existe pas encore de consultation électronique.

Toute demande d'information (recherche de marque, demande d'un extrait du registre,...) doit faire l'objet d'une requête sur papier, moyennant le paiement d'une certaine somme, en raison de la confidentialité de la base de données. En matière de recherche de marque, en raison de l'insuffisance des informations publiées dans les GOPI (sans demande d'enregistrement), les demandeurs sont conseillés de faire une demande expresse sur papier. Les recherches s'effectuent dans la base de données de l'office, mais on n'effectue pas de recherche pour les autres pays.

VII. Questions relatives à l'échange de documentation et d'information en matière de marques

Coopération internationale ou régionale en ce qui concerne l'échange d'information en matière de marques, par exemple sous forme de bulletins officiels

Nous recevons régulièrement un bulletin officiel de l'OAPI (Cameroun) le BOPI et de quelques autres offices de façon non périodique, par contre, nous n'effectuons pas encore d'échange d'information avec d'autres organismes, sous quelque forme que ce soit.

Échange d'information déchiffrable par machine

On reçoit des CD "CASSIS" des USA.

VIII. Questions relatives à la formation théorique et pratique, y compris l'assistance technique aux pays en développement

Activités de promotion (séminaires, expositions, visites, publicité, etc.)

Des activités de promotion ont été menées par l'office ; notamment à travers des expositions, la publicité et la formation et l'information d'étudiants.

Cours de formation pour des participants du pays et étrangers

L'office participe, sur invitation, aux programmes de formation de l'OMPI.

IX. Autres sujets pertinents