

SCIT.ATR.TM.2004.MG

Annual Technical Report 2004 on Trademark Information Activities submitted by Madagascar (SCIT/ATR/TM/2004/MG)

I. Évolution des activités d'enregistrement

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

On a remarqué une diminution du nombre de demandes d'enregistrement de l'ordre de 12% et le maintien de la prédominance des demandes des résidents (plus de 50%).

En matière d'enregistrement, par contre, le nombre de titres délivrés a augmenté (de 23% en plus de l'année 2003) en raison du nombre élevé de dossiers traités au cours de cette année.

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

Maintien de l'affluence des demandes d'enregistrement pour les produits de nettoyage et parfumerie (classe 03) et pour les produits pharmaceutiques (classe 05).

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

Aucun changement pour l'instant en ce qui concerne les techniques employées. Ainsi, 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

Uniquement la Gazette de la Propriété Industrielle qui 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 mêmes supports ; 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

Aucun changement ; 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, 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 8^e édition) 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.

Toutes les demandes d'enregistrement reçues à partir du 1^{er} janvier 2002 ont été classées selon la nouvelle version de la classification de Nice. 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.

Données bibliographiques et utilisation de ces dernières aux fins de la recherche

Aucune.

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

Établissement

Les marques sont classées dans une armoire à casiers, comportant comme référence le numéro de dépôt (indexant l'année de dépôt et le numéro d'ordre). Les références du déposant (selon son code d'identification), le numéro de dépôt, la codification de la marque (verbale, figurative, complexe, semi-figurative) par le service figurent sur chaque dossier.

La mise à jour s'effectue après les enregistrements dans la base de données.

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 encore 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 (une pour la base de données et une 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 de même que les dossiers correspondants.

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)

Le site web de l'Office n'est pas encore en place et celui-ci ne fournit pas 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 libre à adresser. 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

Nous recevons 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 (à but économique) , la publicité (télévisée et radiophonique), des séminaires (avec l'OMPI, les opérateurs économiques, l'Administration), la formation et l'information (étudiants, opérateurs).

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