

Avocat en Allemagne*, Volker Spitz est également à la tête de la société Brandstock, à l'origine de services Internet dédiés à la Propriété Industrielle. Sa pratique du droit l'a conduit à développer l'IP Cost Calculator, une interface de calcul qui pourrait bien révolutionner le petit monde de la PI...

Marques, le coût en

The screenshot shows the 'Application/Registration of national trademarks' interface. It features a table with columns for 'Country' and 'Price'. The table lists costs for Australia, Brazil, Greece, Hong Kong, Malaysia, Poland, and Slovakia (Slovak Republic). At the bottom, it shows 'Official fees included: 2,557,96' and 'Total costs: 9,992,00'.

Country	Price
Australia	2,164,02
Brazil	2,409,35
Greece	743,88
Hong Kong	1,236,06
Malaysia	1,445,64
Poland	1,327,45
Slovakia (Slovak Republic)	665,60

Entretien avec Volker Spitz

Choix des pays, des classes, des mandataires : un devis précis de dépôt de marque en quelques clics.

Qu'est-ce qui vous a conduit à développer l'IP Cost Calculator ?

Volker Spitz : J'ai débuté ma carrière, il y a plus de dix ans, chez Grünecker, Kinkeldey, Stockmair and Partner, un des grands cabinets d'avocats en Allemagne. Comme tout avocat débutant, une bonne partie de mon temps était consacrée aux devis sur de grands projets de propriété industrielle. Pour me faciliter le travail, j'avais rassemblé toutes les données dont je disposais sur des bases Excel et Access. Quand j'ai ouvert mon propre cabinet, quelques années plus tard, j'ai

développé cette idée et nous avons programmé un premier outil de calcul, à usage interne. J'ai finalement compris qu'un outil comme l'IP Cost Calculator répondait non seulement à nos besoins mais aussi à ceux de tous les professionnels de la propriété industrielle : établir des devis, rapidement et fiablement sur des projets parfois énormes et toujours complexes. J'ai aussi réalisé que nos clients, les déposants de



question

marques, supportaient de moins en moins le manque de transparence sur les coûts en propriété industrielle. Lorsqu'ils reçoivent un devis, ils n'y trouvent souvent que le coût total de leur projet. Difficile de distinguer les taxes officielles des honoraires du cabinet. Dans l'IP-CC, les données concernant les taxes et celles des honoraires des différents agents sont parfaitement séparées. Le client peut donc à la fois vérifier le montant des taxes pour chaque pays et comparer les honoraires des mandataires.

Entre la première version de l'IP Cost Calculator et celle qui doit très prochainement voir le jour, quel a été le chemin parcouru ?

V.S. : Quand Brandstock a lancé le Cost Calculator public, en janvier 2002, il s'agissait d'un outil unique permettant d'effectuer des calculs de coût en propriété industrielle, sur les principaux services relatifs aux marques et aux noms de domaine. Cette version "standard" incluait les tarifs des membres du réseau de Conseils de Brandstock, partout dans le monde. Notre principale tâche fut ensuite d'inclure de plus en plus de cabinets de manière à permettre de calculer des devis dans environ 150 pays. En parallèle, nous avons

développé une version personnalisée du Cost Calculator qui a vu le jour fin 2002, une étape cruciale pour répondre à la demande des grands groupes internationaux. Pour simplifier, je dirais que depuis la première version, l'IP Cost Calculator s'est énormément développé. Aujourd'hui, l'outil est disponible en quatre versions, adaptées à tous les profils d'utilisateurs. Initialement limité aux marques et aux noms de domaines, on va pouvoir y calculer des devis sur les brevets, les dessins et modèles et les copyrights.

Pourquoi avoir voulu une version "personnalisée" ?

V.S. : Après le lancement de l'IP Cost Calculator, de grands déposants de marques sont venus vers nous, notamment des groupes internationaux qui avaient déjà leur propre réseau d'agents dans le monde entier. Ces entreprises se voient généralement offrir des tarifs préférentiels et ne sont pas spécialement à la recherche d'un nouveau contact. Elles nous ont donc demandé de leur créer une interface à partir de leur réseau d'expert, qui reprenne les mêmes fonctionnalités que l'IPCC standard mais ne soit naturellement interrogeable que par eux. C'est ainsi qu'est né le principe de la version personnalisée. Brandstock se met donc en relation avec tous les agents désignés par l'entreprise et leur demande en son nom de bien vouloir rentrer leurs tarifs sur le système. Ces données étant tout à fait confidentielles, seul le client lui-même peut y accéder, les agents étant responsables de la mise en ligne et des mises à jours de leurs tarifs.

** Associé du cabinet munichois Spitz, Paul & Golda, spécialisé en Droit des Affaires et Propriété Industrielle.*

Aujourd'hui, l'IP Cost Calculator est disponible en 4 versions, adaptées à tous les profils d'utilisateurs. Initialement limité aux marques et aux noms de domaines, on va pouvoir y calculer des devis sur les brevets, les dessins et modèles et les copyrights.

Vous avez mentionné quatre versions de l'IP Cost Calculator. Quelles sont leurs principales caractéristiques ?

V.S. : Le service se décline en une version standard, une version Avancée, la version Premium et la version CPI. Dans la version Standard, on trouvera les tarifs des agents partenaires du réseau Brandstock. Elle permet d'effectuer des calculs de coût à partir des tarifs entrés par ces cabinets. En bonus, l'utilisateur a la possibilité de consulter les taxes officielles vérifiées sur plus de 135 pays dans le monde. Les trois autres versions, Avancée, Premium et CPI sont ce que l'on appelle des versions personnalisées. Ce qui signifie qu'elles sont conçues en fonction des besoins et spécifications du client qui les utilise. On y ajoutera notamment les tarifs des agents avec lesquels travaille habituellement le client.

en plus d'agents viennent spontanément vers nous : ils ont compris que le monde de la PI était entré dans une nouvelle ère et qu'un outil comme le Cost Calculator pouvait finalement leur valoir de nombreux bénéfices.

Pouvez-vous citer quelques exemples ?

V.S. : C'est pour les cabinets en propriété industrielle une vitrine formidable de leurs services puisqu'elle est par définition mondiale... Leurs tarifs, mais aussi tous leurs points forts résumés dans le champ "info" sont consultables aussi bien par des entreprises que par d'autres cabinets avec lesquels ils sont susceptibles de travailler. Avec les versions personnalisées, ils ont en plus la possibilité de présenter des tarifs attractifs à l'attention exclusive du client qui utilise le Cost Calculator en interne. En toute confidentialité. Enfin, il ne faut pas oublier que dans de nombreux pays, dont la France, la publicité est interdite pour les cabinets

L'IP Cost Calculator est connu de la majorité des acteurs de la Propriété Industrielle et de plus en plus d'agents viennent spontanément vers nous : ils ont compris que le monde de la PI était entré dans une nouvelle ère et qu'un outil comme le Cost Calculator pouvait finalement leur valoir de nombreux bénéfices.

Pourquoi une version personnalisée spéciale "CPI" ?

V.S. : La version CPI permet aux mandataires d'inclure leurs données et celles de leurs partenaires étrangers, pour un usage interne. Il est également envisageable d'ouvrir un accès à certains clients du cabinet pour leur permettre de budgéter facilement et rapidement leurs projets, avant de contacter le conseil.

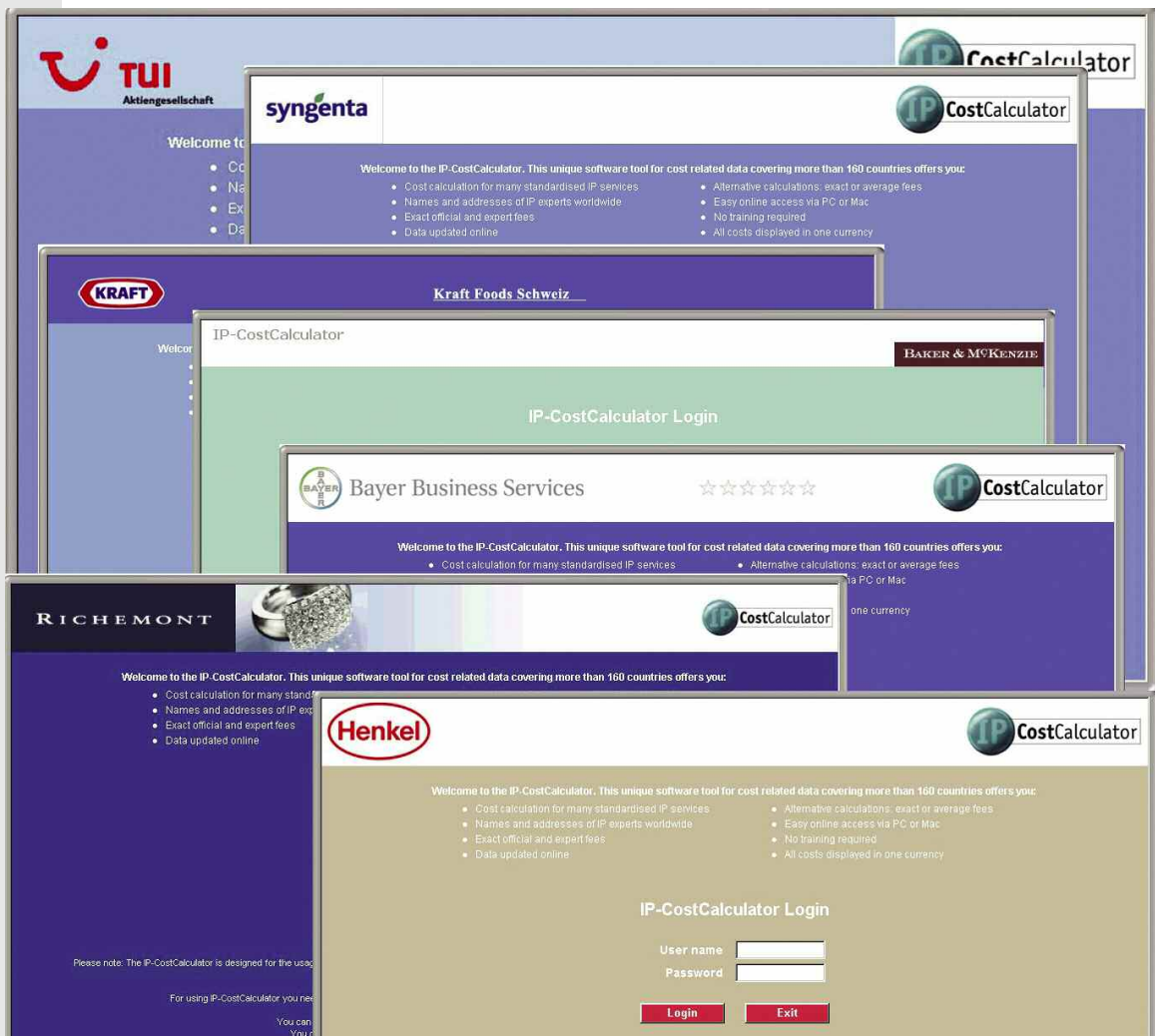
de conseil en PI. Le Cost Calculator permet de se faire connaître autrement qu'en participant aux traditionnels meetings de la profession.

Pour qu'une telle plate-forme puisse fonctionner, il fallait avant tout que les cabinets jouent le jeu. Avez-vous facilement réussi à les convaincre ?

V.S. : C'était bien sûr ma grande inquiétude : les conseils allaient-ils accepter de participer au projet et d'inclure leurs tarifs dans le Cost Calculator ? J'étais bien conscient que ce service reposait sur une approche complètement nouvelle des coûts en propriété industrielle. Pour être franc : c'était une véritable révolution ! Cela n'a donc pas été facile au début de convaincre les cabinets, mais ils ont fini par en accepter l'idée. Aujourd'hui, l'IP Cost Calculator est connu de la majorité des acteurs de la propriété industrielle et de plus

Quelles ont été les réactions des conseils à travers le monde sur le thème délicat de la transparence des coûts ?

V.S. : Il est vrai qu'au démarrage de notre projet, certains cabinets hésitaient ou même refusaient de se lancer dans l'aventure. Le distinguo obligatoire entre taxes et honoraires posait clairement un problème à certains d'entre eux... On retrouvait fréquemment cette attitude en Europe de l'Est ou en Asie où les agents aiment bien justifier des montants souvent astronomiques par l'importance des taxes... Impossibles à vérifier naturellement. Au Royaume-Uni ou aux Etats-Unis, les cabinets sont plus à l'aise avec cette idée de transparence. Au bout du compte, les professionnels de la marque doivent répondre aux attentes de leurs clients,



**Les versions personnalisées :
même fonctionnalités pour des contenus différents.**

comme dans n'importe quel autre secteur. Or les déposants exigent cette transparence. Les conseils les plus réfractaires ne tarderont donc pas à changer d'attitude.

Branstock ne se limite pas au développement de l'IP Cost Calculator : quelles sont les autres activités de la société ?

V.S. : À l'origine, Brandstock était une place de marché dédiée aux marques sur le web. Les internautes pouvaient y trouver des marques et des noms de domaines à vendre, mais aussi des offres de licence. Aujourd'hui, Brandstock s'investit dans de nombreux projets comme la gestion de gros projets de renouvellement ou de rachat de marques. Nous assurons également des modules de formation en entreprise, sur les marques allemandes, les marques communautaires, les accords de Madrid ou les noms de domaine par exemple.

Et demain ? D'autres idées en gestation ?

V.S. : Naturellement, j'ai plein d'autres idées en tête. Mon seul problème est de trouver le temps de les mettre en application... Entre Brandstock et la gestion du cabinet, mes journées sont déjà particulièrement bien remplies. D'autant que j'ai décidé de consacrer de nouveau une partie de mon énergie à la German Anti-Piracy Association. C'est une structure que j'ai lancée en 1995 et qui rassemble un grand nombre d'entreprises. J'en suis assez fier car la German Anti-Piracy Association a apporté une large contribution à la lutte contre la contrefaçon. J'ai donc décidé de reprendre les choses en main, de renforcer cette association et de lui donner un nouveau dynamisme. ■