

A l'attention de:

**Son Excellence, Monsieur Nizar Baraka,  
Ministre des Affaires économiques et générales**

Ministère des Affaires économiques et générales  
Quartier administratif  
Agdal, BP 412 RP  
Rabat - Maroc  
Email: sec-cabinet@affaires-generales.gov.ma

Bruxelles, le 3 juin 2009

**Sujet: Procédures et conditions de dépôts pour la marque ANACCELL**

Votre Excellence,

Le vendredi 29 mai 2009, j'ai eu le plaisir de recevoir de votre collaboratrice très courtoise une invitation pour vous écrire une lettre officielle. C'est avec très grand honneur que je vous adresse la présente.

Il y a une vingtaine d'années, le Maroc avait inventé une nouvelle espèce d'orange qui lui aurait pu réserver une place enviable sur le marché mondial des fruits et des légumes... si le Maroc n'en avait pas perdu le monopole de production. Que s'était-il passé ? Le Maroc avait déposé une demande de brevet d'invention pour la nouvelle orange aux États-Unis, un pays concurrent en culture de l'orange. Les États-Unis se sont emparés des détails techniques et des semences pour reproduire la nouvelle orange, comme s'ils étaient les premiers à la concevoir.

De cette histoire j'ai tiré la leçon de ne jamais passer par un autre pays que le sien pour faire protéger sa propriété intellectuelle. C'est la raison pourquoi j'ai adressé par e-mail au pôle Entreprise de votre ministère une demande de m'informer sur les procédures de dépôt le 27 mars 2009 dernier. J'avais inclus les dossiers pour lesquels je souhaite un dépôt :

- Dossier 1 : Anacell Force (dépôt du nom 'ANACCELL')
- Dossier 2 : le concept du centre d'innovation (dépôt de brevet d'exploitation, au nom de Aurum Helix)

Par la présente, je souhaite démontrer le potentiel économique pour le Maroc lié aux dépôts des propriétés intellectuelles citées ci-dessus. La propriété intellectuelle et les marques sont d'un enjeu stratégique pour un pays, surtout au niveau international. Elle est une source de revenus, pour une personne physique ou morale, et pour toute une nation quand des capitaux d'investissement, des royalties, des dividendes, des emplois, des revenus de l'exportation, des revenus fiscaux et l'image du pays en dépendent. C'est pourquoi je souhaite que mes produits soient des produits marocains. Dans cette lettre vous trouverez quelques cas de figure pour vous aider à comprendre mes concepts à protéger.

## AURUM HELIX

### *Lettre confidentielle*

Le premier dossier est urgent et concerne le dépôt de la marque Anacell. C'est une marque pour une nouvelle génération de cosmétiques bio intelligents\* et multidimensionnelles à base d'huiles essentielles et végétales. Ce sont des produits de beauté qui renforcent l'immunité de la peau et indirectement la totalité du système immunitaire, donc la santé. Ainsi, j'ai conçu un anti-chut pour cheveux (Anacell Force), qui renforce l'immunité du cuir chevelu et qui relance son métabolisme et la repousse des cheveux. Vous trouverez plus de détail dans le dossier Anacell Force ci-joint.

J'ai aussi finalisé un petit assortiment de produits anti-radiations (contre toutes formes de brûlures : par rayons X, UV, laser et micro-ondes et ondes ionisantes). Il y a un sérum ultra lissant pour le visage et une huile hydratante pour le corps. Ces produits n'étaient pas planifiés, mais ils ont été conçus à la suite d'une demande de quelques clients qui se préparent pour la plage et le soleil, et qui ont été satisfaits du produit anti-chut pour cheveux. J'ai appelé les produits « Firewall (Coupe-feu) ». Ce nom ne sera pas protégé parce que je l'emprunte de l'informatique et je le trouve bien assorti à la fonction du produit. Vous trouverez plus d'information sur ces produits bientôt, sur le site Web [www.anacell.com](http://www.anacell.com), actuellement en construction.

Je souhaite déjà passer au commerce électronique pour les trois produits finalisés, dès ce mois-ci, pour bénéficier de la demande des vacanciers, et pour lever les fonds qui serviront à faire évoluer la construction du centre d'innovation.

Dans ma lettre précédente, il y avait question d'une patente pour le produit Anacell Force. J'ai décidé de provisoirement reporter la démarche vu le coût très élevé d'une patente. Entre-temps, je réfléchis également à une façon intelligente de travailler avec les offices de propriétés industrielles (par exemple, en déposant en plusieurs étapes et sous des noms numériques). L'histoire de « l'orange volée aux États-Unis » continue de m'effrayer. Parfois, je me demande s'il ne vaut pas mieux se limiter au dépôt des marques, et taire les détails techniques des formules de chaque produit pour éliminer le risque de plagiat. Je suis certaine que vos services au ministère pourront me conseiller sur la stratégie à prendre.

Le potentiel économique du projet Anacell pour le Maroc peut se traduire par l'augmentation de la demande pour les huiles essentielles et végétales. Le but principal de tous mes projets c'est d'aider notre pays à utiliser nos atouts de manière stratégique, et de développer plus de produits finalisés au lieu d'exporter les matières premières qui ne servent qu'à créer des emplois ailleurs.

L'huile d'Argan, par exemple, est une huile que je n'ai pas encore trouvée sous une marque marocaine sur le marché en Europe. Par contre, je la trouve plus vite dans quelques grandes marques françaises qui font des fortunes avec l'huile d'Argan. L'ensemble des marques françaises qui utilisent l'huile d'Argan rapporte des milliards d'euros à la France, pas au Maroc. Pourtant, c'est l'huile d'Argan qui fait le vrai travail, le reste c'est de l'emballage très chic. L'huile d'Argan est un bactéricide intracellulaire, hautement anti-inflammatoire et une cicatrisante puissante. Cette huile n'est pas très connue en Allemagne, en Hollande, en Pologne, en Scandinavie, en Grande-Bretagne, en Estonie. Imaginez-vous combien d'autres milliards elle pourrait rapporter au Maroc sous forme de produit fini.

---

\* La bio-intelligence est une science propre à Anacell.

## AURUM HELIX

### *Lettre confidentielle*

Ainsi, je vois pour le Maroc un grand potentiel pour bien développer le secteur de la biomédecine et le bio cosmétique. Pour y arriver, le centre d'innovation peut aider le Maroc dans la coordination du transfert des connaissances scientifiques et des méthodologies orientées vers la réussite d'un produit spécifique, en mobilisant les jeunes Arabes résidents en Europe, souvent chômeurs diplômés. Les soutiens à la formation dans les domaines scientifiques sont énormes en Europe, il y a moyen de mettre rapidement les jeunes à niveau.

Le deuxième dossier concerne le centre d'innovation. C'est un organisme de services pour les jeunes entrepreneurs et pour les petites et moyennes entreprises, ainsi qu'une méthode pour générer des innovations, que je souhaite protéger.

Le but du centre c'est de créer des emplois pour les Marocains résidents en Europe, et de les mettre au service du pays d'origine. Nos jeunes en Occident se comparent avec leurs copains européens de souche. La différence entre eux c'est que les jeunes européens trouvent un emploi ou de l'argent pour construire quelque chose dans la vie et les nôtres ne trouvent rien. Quand nos jeunes constatent l'ampleur de l'isolement contre lequel eux-mêmes, leurs parents et le gouvernement du pays d'origine ne peuvent rien faire, ils se révoltent au point qu'ils finissent par développer des tendances extrémistes, et par accepter un job quelque part à la frontière entre l'Afghanistan et le Pakistan. Le but est de faire fléchir cette tendance dévastatrice pour nous tous, d'encourager nos jeunes à l'innovation et de les aider, tout en aidant le pays d'origine aussi.

Comme nos jeunes semblent toujours prêts pour le combat, l'approche du centre d'innovation est de profiter de cette énergie qui se dégage en abondance chez eux, et de la rediriger vers une nouvelle cible, en présentant l'adversaire comme un concurrent économique qu'il faut essayer de battre de façon digne, avec des moyens sophistiqués, des innovations, et par le commerce (réel et électronique). Le point de départ de la méthode du centre d'innovation est forcément toujours un nouveau produit ou un nouveau service basé sur un besoin exprimé ou non exprimé par le marché. On apprend aux jeunes à étudier les marchés, à vendre, à acheter et à exporter. Pour introduire les jeunes au concept de l'innovation, on les intéresse d'abord par un objet qu'ils connaissent bien et pour lequel ils ont de l'enthousiasme. On les aide à améliorer l'objet qu'ils connaissent, on les guide jusqu'à ce qu'ils puissent imaginer par eux-mêmes nouvelles choses ou des solutions alternatives, et on les apprend à travailler de façon stratégique.

Voici un business case avec un simple objet : les olives. Dans ce secteur on va étudier le leader dans le marché des olives, le comparer avec les autres 'players', et voir ensemble comment on peut reprendre le leadership dans nos mains de façon innovatrice:

Le plus grand marchand d'olives au monde se trouve en Belgique. C'est l'entreprise Père Olive. Son patron n'est pas un Arabe, mais un belge qui s'appelle Eric Maes. Pourtant, il n'y a aucun arbre d'olive qui pousse en Belgique. Père Olive est une entreprise de 150 employés et il importe les olives de l'Espagne, de la Grèce et du Maroc. Il a trouvé la formule pour faire manger plus d'olives aux Européens et aux Japonais. Son secret c'est le conditionnement des olives sous gaz carbonique et dans des raviers en plastic. Dans un ravier on trouve les graines d'olives libres, c'est-à-dire qu'elles ne trempent pas dans l'huile, ce que certains clients perçoivent injustement comme « mauvais pour la ligne ». Père Olive produit

## AURUM HELIX

### *Lettre confidentielle*

un chiffre d'affaires d'environ 30 millions d'euros par an. Il a battu 6 autres concurrents européens dans le même domaine.

Le sort des olives est dans les mains d'un Belge. Comment est-ce qu'on peut reprendre le sort de nos olives dans nos mains ? Comment peut-on aider le Maroc à exporter plus d'olives ? Pourquoi certains pays achètent-ils directement chez Père Olive et pas directement au Maroc, alors que ce sont les mêmes olives et les mêmes mains qui les ont cueillis et préparés ? Comment est-ce qu'on peut faire mieux ?

Au centre d'innovation, on crée des équipes selon leurs expériences et capacités. On a déjà recensé que presque tous les jeunes issus de l'immigration veulent faire de l'import et de l'export, seulement, ils ne savent pas ce que cette activité implique. Au centre, on aide par exemple une équipe de jeunes marocains et leurs copains de tout horizon à développer un nouveau réseau de distribution, à réfléchir de nouvelles routes, et on les apprend à s'informer sur tous les lois, les accords, les quotas, et les politiques d'importations ainsi qu'aux stratégies pour contourner les obstacles. On leur montre les modèles que d'autres entreprises non européennes ont mis en œuvre pour réussir leurs exportations dans le monde, et on essaye d'appliquer cela sur les olives du Maroc. On les apprend comment le Maroc pourra utiliser un pays européen comme tremplin pour exporter vers d'autres pays dans le reste du monde, vers les super riches de Chang-Hai, de Mumbai et de Jakarta ou vers des pays qui favoriseraient plutôt une importation alimentaire depuis l'Europe que depuis le Maroc. Pour communiquer avec ce monde là et pour avoir accès à certaines formations innovatrices, la langue véhiculaire du centre est d'office l'anglais, une langue que tous les jeunes issus de l'immigration utilisent en Europe, excepté en France.

Une autre équipe s'occupera du marketing, à créer des demandes ailleurs, et à réinventer les olives. Encore une autre équipe avec des chercheurs scientifiques se mettra à réfléchir des emballages puisque le secret de Père Olive se trouve là. On peut battre la concurrence en inventant un emballage plus respectueux de l'environnement, biodégradable (à base de cellulose, du maïs ou du riz par exemple). On peut aussi rechercher les possibles risques pour la santé humaine liée au conditionnement des olives sous gaz CO<sub>2</sub>, conscientiser les futurs clients des dangers, et les encourageons à acheter nos produits naturels.

Une autre équipe rassemblera toutes les informations qui permettent de développer des olives de qualité supérieure, et qui peuvent renforcer les producteurs marocains, et leur transférer en temps réel tous les renseignements vers le Maroc, tout en s'amusant avec l'électronique. Une information simple dans le cas des olives est le prix de vente au consommateur final. En Belgique, on paye 2,90 euros pour un ravier de 150 grammes d'olives noires de la marque Père Olive. C'est environ 19,31 euros le kilo. Combien pèse un fût d'olives noires ? Combien coûte un fût d'olives noires en Maroc ? Combien d'euros des 2,90 euros le ravier vont au producteur marocain et ses travailleurs ? Il s'agit d'étudier tout cela de fond en comble et de trouver un autre système pour en finir avec l'exploitation des Marocains aussi bien à l'étranger qu'au pays.

On apprend aussi aux jeunes les bons comportements pour réussir sa réputation dont les chiffres d'affaires dépendent. C'est ici où on règle les comptes avec la tendance kamikaze. On apprend à respecter l'adversaire et à ne pas casser son business. Père Olive, par exemple, achète des olives au Maroc, après tout. Qui sait, un jour on pourra collaborer avec lui, ou fusionner avec lui, ou acquérir son portefeuille et élargir nos marchés pour ainsi devenir le plus grand marchand d'olives au monde, surtout si le sort du pays ne tient qu'à des choses

## AURUM HELIX

### *Lettre confidentielle*

simples comme l'olive. Si on voit la puissance économique que le Brésil est devenu grâce au jus d'orange, on peut bien se demander ce que le Maroc serait devenu si l'orange nouvelle ne lui a pas été dérobée par les États-Unis.

L'Europe ne mettra pas de restrictions sur des importations en provenance du Maroc quand il s'agit d'un transit, quand des emplois y dépendent sur son territoire, et quand il y a un potentiel d'exportation à partir de l'Europe vers d'autres pays. Au contraire, l'Europe se réjouira de cette démarche qui ne peut qu'améliorer la relation avec le Maroc. En tout cas, le centre d'innovation y veillera qu'on fasse un peu ici, un peu là-bas sans perdre de vue le but principal, c'est de mieux faire profiter le Maroc de ses résidents à l'étranger. Ils peuvent aider le Maroc à profiter non seulement des accords commerciaux entre l'Europe et les autres pays ou groupes de pays dans le monde, mais aussi de l'euro fort qui permet des marges bénéficiaires importantes. La marge bénéficiaire augmentera encore plus quand certaines fonctions seront préparées en Europe d'abord, puis rapatriées au Maroc, éventuellement sous forme de nouvelles entreprises.

Puis-je vous inviter, Votre Excellence, à lire les dossiers pour y découvrir encore d'autres potentiels économiques? J'espère que les dossiers vous seront utiles et qu'ils vous aideront à apprécier l'importance de la protection intellectuelle.

Puis-je également vous signaler que j'ai déjà écrit le Maroc à propos du même sujet, le 25 octobre 2005, le 8 mai 2007, et le 29 juin 2007, sans jamais avoir eu de réponse. Puis-je, s'il vous plaît, enfin recevoir des formulaires ou des informations sur les procédures et les conditions de dépôt de marque au Maroc ?

Je suis à votre entière disposition si vous avez des questions.

Veuillez croire, Votre Excellence, à mes sentiments respectueux et dévoués.



Naima Mouali  
**Founder and CEO**  
Aurum Helix – CNGO  
Rijmelgem 10 b5,  
1932 Sint Stevens Woluwe  
Belgium  
T: 32.487.555.892  
E: [aurum.helix@yahoo.com](mailto:aurum.helix@yahoo.com)