

LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE POUR TOUS

De la dénomination de l'entreprise à la protection des innovations qui permettent de rester leader sur son marché, la propriété industrielle s'installe dans l'environnement des dirigeants. Les points-clés pour mieux l'appréhender.

Par Muriel BOURGEOIS-TASSANARY
Fondatrice de MT-IP Consulting

LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE, TOUS CONCERNÉS ?

L'innovation est omniprésente dans l'environnement de l'entreprise. Elle peut porter sur :

- la dénomination commerciale de l'entreprise ;
- le logo qui l'identifie et la différencie ;
- le slogan publicitaire ou l'accroche qui la fera connaître ;
- les secrets de fabrication transmis de génération en génération ;
- le besoin de se démarquer de l'existant, de rester ou devenir leader dans son domaine ;
- les changements environnementaux et sociétaux qui demandent une adaptation des outils et méthodes de travail ;
- les pratiques de la concurrence et leurs propres produits innovants...

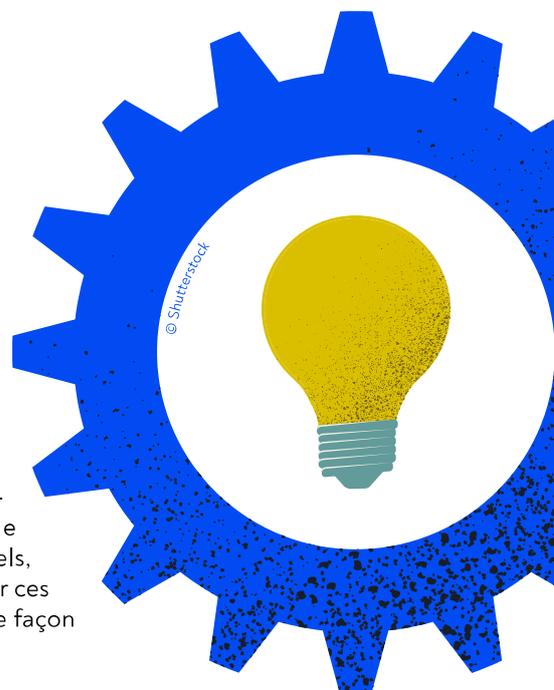
FOCUS MARQUE

Le créateur d'entreprise a sans doute pensé longuement à son nom, mais aussi à son logo ou à un message-clé qui correspond à son marché cible. Va-t-il penser à les protéger de leur utilisation par d'autres entreprises ? Va-t-il vérifier qu'il n'utilise pas lui-même un nom, un logo ou une marque déposée et toujours en vigueur ?

Avant de procéder au dépôt ou de challenger une possible utilisation de ses actifs immatériels, il convient de vérifier ces points en amont, de façon simple et rapide.

Les principes

Une marque est un signe qui peut prendre de très nombreuses formes et qui sert à distinguer les produits et services d'une entreprise, de ceux de ses concurrents. La réputation d'une entreprise se fonde sur ses marques, pas uniquement sur son expertise technique. Le pouvoir du marketing permet d'obtenir une différenciation et une attractivité accrues sur le marché. Pour le consommateur c'est un gage de confiance, de qualité, d'expérience et de fiabilité. En outre, posséder une marque en vigueur donne une image d'envergure au client. Lorsqu'on parle d'e-réputation et de visibilité sur la toile, c'est un élément de différenciation incontournable. La démarche semble complexe et administrative. Néanmoins, sur des bases simples et pragmatiques, des solutions existent.





MURIEL
BOURGEOIS-
TASSANARY

000

MT-IP CONSULTING

Après plus de 30 ans d'expérience dans des structures multinationales au service de la culture de propriété industrielle, Muriel Bourgeois-Tassanary a créé MT-IP Consulting, en 2021, à Gouts. Sa raison d'être : proposer aux indépendants, start-ups, TPE, PME, ETI, incubateurs, la gestion du support à l'innovation pour leur permettre de se concentrer sur le développement de cette innovation.

www.mtip.fr

Panorama

Prérequis pour se lancer dans la protection de l'identité visuelle ou nominale, il s'agit de réaliser une recherche de disponibilité/similarité de la marque, logo ou slogan, puis d'évaluer les risques et opportunités. Les résultats permettront de définir une stratégie de protection territoriale, puis de déterminer dans quels domaines la protection est pertinente (catégories de produits et de services).

Dépôt auprès des Offices

Un dépôt nécessite de rassembler les documents et formulaires adaptés, au moyen des éléments rassemblés lors du panorama. Les services de consulting permettent de déléguer ces tâches et d'éviter des omissions et erreurs de déclaration.

Suivi de l'examen de la demande

Le dépôt effectué, il s'agit de surveiller les étapes de l'examen de la demande, des formalités accessoires en cas d'objections et de suivi de la publication, puis de l'enregistrement de la marque, laquelle devra être renouvelée tous les 10 ans.

De même, afin de protéger et valoriser ses propres droits, il est conseillé de surveiller les dépôts et publications de marques et logos similaires en France et à l'international. Cette veille identifiera les tiers qui utilisent, même partiellement, vos marques et permettra de s'y opposer ou d'obtenir des revenus de licences.

FOCUS RECHERCHE BREVET

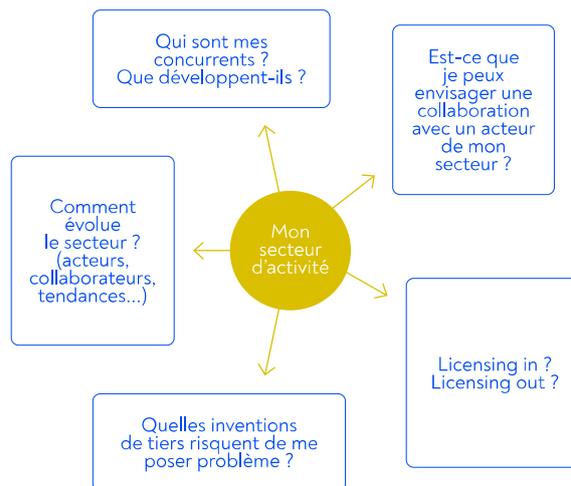
Le brevet protège une innovation technique, c'est-à-dire un produit ou un procédé qui apporte une nouvelle solution technique à un problème donné. Il garantit un monopole d'exploitation (interdiction pour un tiers d'utiliser, produire, importer ou vendre l'in-

La propriété industrielle permet à l'entreprise de protéger ses innovations ou son image : un facteur-clé pour valoriser son business

vention couverte) pour 20 ans, sur un territoire défini, en contrepartie d'une obligation de divulguer son invention.

Garder le secret d'une innovation est tout à fait possible et gratuit bien sûr ; néanmoins les règles de confidentialité sont très contraignantes et la protection n'est jamais garantie.

Quelle que soit la maturité d'un projet, chaque étape est propice à l'acquisition d'informations techniques et information brevet :



Idéation

L'étape initiale comprend des phases de brainstorming, de foisonnement d'idées de développement et d'applications possibles. Il s'agit de vérifier l'existence de brevets dans un domaine technique donné. Cela ouvre des perspectives en termes de projet de recherche et donne des pistes pour affiner les idées.

État de l'art

Au moment du lancement du projet, une recherche de brevet permet d'identifier les principaux concurrents et partenaires potentiels, l'ensemble des solutions technologiques déjà brevetées dans le domaine visé par le développement envisagé, mais aussi d'autres applications potentielles de l'innovation proposée, ce qui peut ouvrir le champ des possibles.

Nouveauté

Cette recherche précède le dépôt de brevet ou la décision finale du projet. Elle permet de lister les brevets pertinents ou proches de votre innovation et de vérifier leur statut légal. Lors du dépôt, l'Office de Brevet demandera une liste de brevets et articles techniques se rapprochant au plus près de l'invention à protéger, et que vous avez identifiée. Il s'agit de « l'art antérieur » cité par le déposant.

Liberté d'exploitation

Le temps est venu de mettre le produit ou le service sur le marché. Toutes les entreprises innovantes ne déposent pas de brevet ; pour autant, il est impératif de vérifier la liberté d'exploitation avant leur mise en vente, afin d'éviter la douloureuse expérience du retrait des marchandises des étalages, de leur saisie pour contrefaçon, ou d'une procédure de justice d'un concurrent...

Une recherche de liberté d'exploitation à partir d'une description précise du produit ou service ciblé permet d'identifier et de vérifier le statut légal de tous les documents identifiés comme potentiellement gênants sur un territoire donné. Il s'agira ici d'un avis technique et non juridique sur la portée de ces documents.

Panorama technologique

À tout moment du parcours d'innovation, vous pouvez également vous appuyer sur une cartographie de l'existant. Celle-ci permet d'apporter une vision stratégique globale, donner des orientations ou tendances technologiques, concurrentielles, géographiques.

De même, elle permet d'appréhender la maturité technologique d'un domaine technique, le positionnement territorial, l'encombrement technologique ou les opportunités de développement de domaines encore non exploités. Dotée de visualisations graphiques, cette analyse statistique peut constituer un support de valeur pour approcher des partenaires, lever des fonds, rassurer les investisseurs.

Veille

Une idée nouvelle aujourd'hui peut ne plus être brevetable dans quelques mois, suite à une divulgation, une publication scientifique ou sur le web, un brevet publié ou encore un échantillon montré au public lors d'une foire. Les occasions de créer l'art antérieur sont multiples et fréquentes.

La veille technologique permet la surveillance périodique de l'environnement technique via les publications des brevets de vos principaux concurrents ou d'un domaine technique. La veille légale, quant à elle, permet d'anticiper et préparer une stratégie de défense des droits par la surveillance des changements de statut d'un brevet.

ACTUALITÉ : FONDS EUROPÉEN POUR LES PME

Le fonds « Ideas Powered for Business SME Fund » est une initiative de la Commission européenne mise en œuvre par l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO). Il a pour objet de soutenir financièrement les PME européennes au moyen de chèques propriété intellectuelle destinés à la protection de leurs droits de propriété intellectuelle (PI).

Le Fonds pour les PME est un programme de remboursement qui émet des chèques pouvant être utilisés pour couvrir en partie les taxes afférentes aux activités sélectionnées. Il existe deux types de chèques disponibles en fonction de l'activité concernée :

<p>1</p> <p>Chèque 1 1 500 EUR</p> <p>À utiliser pour les taxes relatives aux marques et aux dessins ou modèles</p>	<p>2</p> <p>Chèque 2 750 EUR</p> <p>À utiliser pour les taxes relatives aux brevets</p>
--	--

Pour ce qui concerne les marques, les PME peuvent obtenir jusqu'à 75 % de remboursement de toutes les taxes de dépôts aux niveaux national, régional et de l'UE et jusqu'à 50 % des taxes de base de dépôts internationaux hors Europe (via la voie de la marque internationale), à concurrence d'un montant total de 1 500 euros.

Attention, cette initiative exceptionnelle est limitée dans le temps et fonctionne selon le modèle premier arrivé, premier servi. Lorsque l'ensemble des fonds aura été distribué, le processus prendra fin. Il est temps d'en profiter !

