La stratégie de propriété intellectuelle

Feuille de route pour une stratégie de propriété intellectuelle et de commercialisation réussie

Bienvenue

Bienvenue dans cette formation sur la propriété intellectuelle, la PI, pour les entreprises. C'est un sujet complexe qui mérite l'attention de toute personne qui désire s'investir dans le domaine de l'innovation et de l'entreprenariat. Au-delà de la protection que les brevets peuvent apporter, il est important de considérer une approche holistique qui constitue une stratégie globale de PI.

Cette formation vous permettra de démystifier les concepts clés de la propriété intellectuelle ainsi que son importance afin de mettre en place une stratégie de propriété intellectuelle adaptée à votre entreprise.

Vous allez naviguer à travers cette formation en commençant par la démystification des divers types de propriété intellectuelle disponibles au Canada.

Vous allez ensuite tourner votre regard vers les étapes d'une stratégie de propriété intellectuelle.

Finalement, vous allez explorer trois études de cas afin de mettre en contexte certaines de vos nouvelles connaissances et compétences.

À travers ces exemples concrets, vous allez voir l'importance d'avoir en place une bonne stratégie de PI !

Réflexion

Avant d'aller plus loin, savez-vous pourquoi il est essentiel pour votre entreprise d'avoir une stratégie de propriété intellectuelle ?

Réfléchissez à cette question.

Voici maintenant une réponse complète.

Pour pouvoir exploiter une invention, vous devez d'abord vérifier qu'elle n'existe pas déjà et ensuite vous assurer qu'elle ne sera pas copiée, de telle sorte que les ressources investies pour son développement ne seront pas perdues.

Cela vous permettra de commercialiser l'invention sans risquer de poursuites et assurera un rendement du capital investi aux inventeur.trice.s et à leurs partenaires.

Il n'y a pas de solution unique à la protection des inventions, mais plutôt une gamme d'outils offrant des possibilités spécifiques à l'industrie et adaptées à chaque type de produit et de marché. C'est là qu'intervient la stratégie de propriété intellectuelle.

Le saviez-vous ?
Les petites et moyennes entreprises qui ont une stratégie de propriété intellectuelle ont quatre fois plus de chances d'exporter leur produit à l'échelle mondiale, 64 % plus de chances de connaître une forte croissance et de générer 8 à 10 fois plus de revenus que

celles qui n'utilisent pas de stratégie de propriété intellectuelle (Statistique Canada ; 2017).

Les divers types de propriété intellectuelle au Canada

Il y a une panoplie de façons de protéger vos inventions et l'Office de la propriété intellectuelle du Canada, l'OPIC, définit la propriété intellectuelle comme une forme d'effort créatif qui peut être protégée par un brevet, une marque de commerce, un droit d'auteur, un dessin industriel, une indication géographique, une obtention végétale ou une topographie de circuit intégré. Pour protéger ces formes de PI, une demande doit être déposée auprès de l'OPIC. (Source : Gouvernement du Canada. Propriété intellectuelle — Glossaire)

Alors que le secret industriel, par définition, ne s'enregistre pas, le nom de domaine, quant à lui, est enregistré auprès des autorités Internet compétentes et non auprès de l'OPIC.

Voici les différents types de PI disponibles.

Brevet
Les brevets servent à protéger les inventions techniques nouvelles, non évidentes et utiles.

Exemples
- Un produit (par exemple une serrure de porte)
- Une composition (par exemple la composition chimique utilisée dans les lubrifiants pour serrures de porte)
- Une machine (par exemple une machine pour fabriquer des serrures de porte)
- Un processus (par exemple une méthode pour fabriquer des serrures de porte)
- Une amélioration par rapport à l'un de ces éléments

Note
- La nouveauté comprend l'amélioration des technologies existantes
- Il faut tenir compte que des ressources financières importantes sont requises pour couvrir le cycle de vie d'un brevet

Pour en savoir plus
À visionner
- ISDECanada. Qu'est-ce qu'un brevet ? (Canada). Vidéo. YouTube.

À lire
- Gouvernement du Canada. Qu'est-ce qu'un brevet ?

Marque de commerce
Renouvelable tous les 10 ans, les marques de commerce protègent les signes distinctifs utilisés pour identifier les produits ou services d'une entreprise.

Exemples

- Logos
- Noms
- Slogans
- Combinaisons de couleurs
- Sons

Note
Les marques déposées offrent une protection juridique contre l'utilisation non autorisée de marques similaires ou identiques qui peuvent semer la confusion chez les consommateurs.

Pour en savoir plus
À lire

- Gouvernement du Canada. Marques de commerce.
- Gouvernement du Canada. Apprenez au sujet des marques de commerce — Office de la propriété intellectuelle du Canada

Droit d'auteur
Les droits d'auteur protègent les œuvres littéraires, artistiques, musicales, dramatiques, logicielles et cinématographiques originales.

La protection du droit d'auteur est automatiquement accordée lorsqu'un des éléments mentionnés ci-haut est présenté sous une forme physique (par exemple, écrite ou lors d'une présentation). Toutefois, vous pouvez demander l'enregistrement du droit d'auteur auprès de l'OPIC.

Exemples

- Photographies
- Plans d'affaires
- Contenu de site Web
- Travaux artistiques

Notes

- Le.la créateur.trice a le droit de contester la modification de l'œuvre originale.
- Grâce aux droits moraux, le.la créateur.trice a le droit de contester la modification de l'œuvre originale pour éviter qu'elle soit préjudiciable à l'intégrité de l'œuvre. Les droits moraux ne peuvent pas être vendus, mais l'auteur.trice peut y renoncer.

Pour en savoir plus
À visionner

- ISDECanada. Qu'est-ce qu'un droit d'auteur ? (Canada). Vidéo. YouTube.

À lire

- Gouvernement du Canada. Qu'est-ce qu'un droit d'auteur ?

Dessin industriel
Les dessins ou modèles industriels sont là pour protéger les aspects visuels ou esthétiques d'un produit, tels que la forme, la configuration, les motifs ou les ornements.

Exemples

- Le contour d'un capot de voiture
- L'interface utilisateur graphique d'un téléphone
- La forme d'un meuble chic

Note

- Les dessins et modèles industriels enregistrés offrent une protection juridique contre la copie ou l'utilisation non autorisée du dessin ou modèle pendant une période pouvant aller jusqu'à 15 ans.

Pour en savoir plus

À lire

- Gouvernement du Canada. Dessins industriels.
- Gouvernement du Canada. Apprenez au sujet des dessins industriels — Office de la propriété intellectuelle du Canada.

Indication géographique

Les indications géographiques sont considérées comme une forme de propriété intellectuelle dans de nombreux pays, y compris au Canada. Une indication géographique s'entend d'un nom ou d'un signe utilisé pour identifier un produit originaire d'une région géographique spécifique et qui possède certaines qualités, réputations ou caractéristiques attribuées à cette région.

Exemples

- Appellations de vin Niagara Escarpment et Niagara-on-the-Lake en Ontario

Note

- Une indication géographique s'entend d'un nom ou d'un signe utilisé pour identifier un produit originaire d'une région géographique spécifique et qui possède certaines qualités, réputations ou caractéristiques attribuées à cette région.

Pour en savoir plus

À lire

- Gouvernement du Canada. Feuille de route de la PI — indications géographiques au Canada.

Obtention végétale

Considérées comme une forme de propriété intellectuelle, les variétés végétales désignent de nouvelles variétés de plantes qui ont été mises au point ou sélectionnées par des obtenteur.trice.s.

Exemples :

- Cerisier « Tip Top » dont le nom botanique est Prunus avium et qui a été attribué en 2023 à l'entreprise américaine Tip Top Orchards LLC

Note

- Le droit d'obtention végétale n'est pas attribué à une espèce, mais plutôt à une variété. Le titulaire détient également des droits exclusifs sur la vente, la production, la reproduction, l'importation, l'exportation, le stockage et le conditionnement du matériel de multiplication (semences, boutures, etc.) de sa variété.

Pour en savoir plus
À lire

- Gouvernement du Canada. Protection des obtentions végétales.

Topographie de circuit intégré
Pour protéger la structure physique (dispositions tridimensionnelles des éléments d'un circuit intégré, ou disposition des puces). Les topographies de circuits intégrés enregistrées offrent une protection contre la copie ou la reproduction non autorisée de la topographie.

Exemples

- Topographie de microprocesseurs CMOS, brevet US4652992A attribué à William S. Mensch Jr en 1987, application originale en 1983

Note

- Il s'agit de la structure physique des circuits intégrés et non d'idées ou de concepts abstraits.

Pour en savoir plus
À lire

- Gouvernement du Canada. Topographies de circuits intégrés.
- Gouvernement du Canada. Le guide des topographies de circuits intégrés.

Nom de domaine
Un nom de domaine peut être considéré comme une forme de propriété intellectuelle, bien qu'il ne soit pas protégé par les mêmes lois que les brevets, les marques de commerce ou les droits d'auteur.

Exemples

- Site Internet du magasin de vêtements Simons : www.simons.ca
- Site Internet du restaurant de cuisine rapide A&W : www.aw.ca

Note

- Bien que les noms de domaine ne soient pas protégés par une loi spécifique sur la propriété intellectuelle, ils sont régis par des règles et règlements établis par des organisations de gestion des noms de domaine.
- L'enregistrement d'un nom de domaine ne vous confère pas la marque de commerce. L'enregistrement d'une marque de commerce est un droit de propriété intellectuelle et un type d'enregistrement entièrement différent et distinct, comme décrit plus haut.

Pour en savoir plus
À consulter

- Cira.ca

Secret industriel
Un secret industriel est une forme de protection de la propriété intellectuelle qui se rapporte à des renseignements confidentiels et précieux utilisés dans le cadre d'activités scientifiques, industrielles ou commerciales. Ce sont des renseignements non divulgués qui donnent à une entreprise un avantage concurrentiel en raison de sa nature confidentielle et de sa valeur économique.

Exemple

- La recette de Coca Cola

Note

- Bien que le secret industriel et le secret commercial soient souvent utilisés de façon interchangeable, il y a quelques nuances importantes à reconnaître. Le secret commercial, à strictement parler, fait référence à une pratique ou une connaissance commerciale et non « technique ». Il peut inclure des informations telles que des stratégies de marketing, des listes de client.e.s. Le secret industriel, quant à lui, peut inclure des formules, des processus de fabrication, des méthodes de production, des recettes, des techniques, des plans de produits ou des algorithmes par exemple.
- L'avantage du secret commercial ou industriel est qu'il peut être protégé indéfiniment tant que la confidentialité est maintenue.

Pour en savoir plus

À lire

- Gouvernement du Canada. Secrets commerciaux.

De l'idée à la commercialisation : Les étapes à suivre

Au-delà de reconnaître qu'il existe plusieurs différents types de propriété intellectuelle, vous devez être en mesure de mettre en place une stratégie complète de propriété intellectuelle pour vos inventions et innovations. Afin de passer de l'idée à la commercialisation, il y a quatre étapes à suivre et plusieurs personnes sont impliquées. Les voici.

Toute invention commence par une idée, souvent générée dans le cadre de la recherche préliminaire. La ou les personnes ayant travaillé sur l'invention (inventeur.trice.s) sont les personnes principales impliquées lors de cette étape.

Idéalement, avant de poursuivre avec le développement de l'idée, une vérification doit être réalisée en consultant les bases de données de brevets et/ou en s'adressant à un agent ou une agente de PI avant d'aller de l'avant pour assurer que l'invention n'existe pas déjà.

Une fois la vérification terminée et que le projet va de l'avant, un plan d'affaires est mis en place. Le conseiller ou la conseillère en développement d'entreprise et commercialisation se met au travail.

Maintenant que le potentiel de commercialisation de l'invention a été confirmé, l'étape de la recherche et du développement est menée par des chercheuses et des chercheurs pour produire un prototype.

Grâce à ces étapes successives, un portrait complet se dessine et permet de développer la stratégie de propriété intellectuelle la plus appropriée selon les circonstances.

Voici plus d'informations sur chacune des étapesé

L'idée
Responsable
- La ou les personnes ayant travaillé sur l'invention

Explication
De façon à protéger adéquatement leur travail, les personnes impliquées devront développer une stratégie de propriété intellectuelle calquée sur les pratiques de leur industrie, leur stratégie de produit et d'entreprise. Les facteurs importants à considérer sont la recherche d'antériorité sur les brevets existants, le plan de mise en marché et de développement de l'entreprise, ainsi que les phases de recherche et développement. Une équipe de conseiller.ère.s multidisciplinaires accompagne les personnes impliquées dans cette démarche.

La vérification
Responsable
- Agent.e de propriété intellectuelle.

Explication
Cette étape est cruciale avant d'engager des coûts importants de planification et de R&D, car elle permet aux personnes ayant participé à l'invention de chercher parmi les brevets et autres types de propriété intellectuelle déjà déposés et de confirmer que leur produit, technologie, design ou nom ne sont pas déjà attribués, ce qui les empêcherait d'aller de l'avant. Il y a plusieurs sources permettant la vérification, à commencer par l'OPIC au Canada et le USPTO (en anglais seulement) aux États-Unis.

Des recherches similaires doivent êtres effectuées auprès des autorités correspondantes dans le reste du monde, l'OEB en Europe et en Asie par exemple. Google Patents est également une bonne source de recherches préliminaires.

Le plan d'affaires
Responsable
- Conseiller.ière en développement d'entreprise et commercialisation

Explication
Le plan d'affaires comprend :
- Le plan de produit, son positionnement par rapport à son industrie
- La configuration de l'industrie qui peut comprendre de nombreux.euses joueurs.euses (industrie fragmentée) ou un très petit nombre de géant.e.s (industrie concentrée)
- Les marchés verticaux (différents segments) et géographiques visés (territoires : pays, régions, continents)
- Les canaux de distribution privilégiés (direct, ou à travers des intermédiaires)
- Le type de client visé (entreprise B2B ou consommateur B2C)
- La stratégie d'investissement (autofinancée, ou investisseur.euse) et de sortie telle qu'un partenariat stratégique, un appel à l'épargne ou une vente de la technologie ou de l'entreprise

La recherche et le développement
Responsable
- Chercheuses.rs

Explication
Une fois les prototypes réalisés, les personnes impliquées devront les tester, colliger les résultats et apporter les modifications nécessaires, exposant ainsi la nouvelle

technologie à des tierces parties. Il sera alors important de protéger même temporairement l'invention de façon à ce qu'elle ne soit pas copiée dès son développement (secret industriel).

Études de cas

Afin de mettre en pratique les nouvelles notions vues dans ce module, vous allez maintenant compléter trois études de cas.

Le parcours de trois personnes ayant inventé des produits vous sera présenté. Chaque personne œuvre dans un domaine différent et elle devra développer sa stratégie de propriété intellectuelle en tenant compte des différents facteurs importants que vous venez de voir. Voici un survol de leurs inventions.

Alex a inventé une boisson énergisante, désaltérante et légèrement alcoolisée à base de fruits sauvages canadiens. Ses talents de communication et sa compréhension du marché doublés d'une fibre entrepreneuriale marquée poussent Alex à vouloir créer LA boisson qui marquera sa génération.

Felipe, de son côté, est chercheur en génie électronique. Il a développé un système intégré révolutionnaire qui permet la reconnaissance visuelle autonome de n'importe quel objet en temps réel. L'architecture de son système minimise le nombre de composantes et réduit considérablement les coûts de production. Felipe adore développer de nouvelles technologies dans son laboratoire, mais n'a nullement la fibre entrepreneuriale.

Monia a inventé un dispositif qui peut s'intégrer à des batteries permettant d'éviter la déperdition d'énergie sous des températures extrêmes. Monia désire créer une entreprise spécialisée qui deviendra la référence dans son domaine et dont les technologies de pointe et en constante évolution seront utilisées par les plus grands fabricants de batteries au monde.

Pour en apprendre plus sur chacune de leurs inventions et les aider à déterminer comment ils et elles peuvent se protéger, lisez en davantage sur chacun des cas.

Le cooler d'Alex : Stratégie

Voici plus de détails sur le cas d'Alex.

L'idée
TonicSplash est une boisson rafraîchissante, énergisante et très légèrement alcoolisée à base de fruits sauvages canadiens.

TonicSplash « Une vague de fraîcheur » utilise certaines propriétés du sureau légèrement fermenté pour alcooliser naturellement la boisson tout en mettant en valeur des nutriments et des molécules qui désaltèrent rapidement le corps et stimulent le système musculaire en procurant un effet de repos et d'éveil.

Certains éléments naturels sont combinés selon une recette particulière pour donner le résultat voulu. La précision des dosages de chacun des éléments de la recette est extrêmement importante pour atteindre les propriétés voulues.

La vérification
L'agent de PI, Marco, se pose quelques questions. Il veut déterminer s'il existe un produit ou une marque identique sur le marché. Voici les questions qu'il se pose avant d'aller plus loin et les réponses à chacune d'elles.

- La recette d'Alex a-t-elle déjà fait l'objet d'un brevet ? NON.
- Est-il facile de reconstituer la recette de TonicSplash ? NON.
- Y a-t-il des produits similaires ? OUI.
- La marque TonicSplash est-elle déjà utilisée ? NON.

Le plan d'affaires
Dans la rédaction de son plan, la conseillère commerciale, Julia, doit déterminer quelle est la stratégie d'entreprise et quel est l'environnement de marché pour TonicSplash. Elle a une liste de questions auxquelles elle répond avant de débuter son plan.

- Quelle est la distribution géographique sur le produit (le marché) ? GLOBALE.
- Est-ce que du financement est nécessaire ? OUI.
- Quelle est la structure de l'industrie ? FRAGMENTÉE.
- Quel est le type de commercialisation ? B2C.
- Y existe-t-il déjà une stratégie à long terme ? Établir un partenariat avec des F500 du domaine.

La recherche et le développement
Phases de prototypage et de préproduction

- La recette fonctionne-t-elle ? OUI.
- Comment traiter l'information et les résultats de recherche et de tests ? SECRET.

Qu'est-ce que la démarche d'Alex nous apprend ?
L'industrie utilise des recettes secrètes (Coca-Cola), la marque et son image jouent un grand rôle dans le succès d'un produit vendu directement au consommateur alors qu'à long terme, un partenariat avec un joueur global deviendra important. Tous ces facteurs vont dicter la stratégie de PI.

Le cooler d'Alex : Protection

Répondez maintenant à la série de questions suivantes afin d'aider Alex à bien protéger son invention, TonicSplash.

Question 1
Pour une meilleure protection, Alex doit-il enregistrer ou breveter TOUTE la PI reliée à son produit ?
Rétroaction
Non, car l'industrie a souvent recours au secret industriel pour les recettes afin qu'elles ne puissent pas être reconstituées par la concurrence.

Question 2

Est-ce qu'une combinaison de plusieurs types de PI serait préférable ?
Rétroaction
Oui, de façon à garantir une protection solide sur plusieurs aspects du produit et de l'entreprise.

Question 3
Quels types de PI sont possibles dans le cas d'Alex ?

Rétroaction
Pour un maximum de protection, Alex devra combiner le secret industriel à propos de la recette, le dépôt de la marque de commerce : le nom TonicSplash qui joue un grand rôle pour la reconnaissance des produits destinés aux consommateurs et le logo qui servira d'accroche visuelle, l'enregistrement des droits d'auteur liés aux textes publicitaires et la sécurisation d'une adresse Internet reflétant la marque et qui sera la destination de choix des consommateurs qui voudront en savoir plus sur les produits.

Dénouement
Suite à la commercialisation de son produit TonicSplash directement au consommateur, l'entreprise d'Alex connaît un grand succès.

Le capteur intelligent de Felipe : Stratégie

Voici plus de détails sur le cas de Felipe.

L'idée
smartCAM : un capteur intelligent et autonome à très bas coût.

Côté matériel, la smartCAM utilise une nouvelle puce électronique intégrée directement dans une caméra miniature dans laquelle les différentes composantes sont disposées de façon à réduire considérablement les coûts de fabrication. Une puce de connectivité 5G passive est également intégrée au système de même qu'une batterie et une unité de conversion des ondes en énergie électrique permettant une autonomie complète du système connecté.

Côté logiciel, la smartCAM utilise un micrologiciel qui fait appel à des algorithmes d'IA permettant le traitement hybride de l'information à capter en temps réel. Le système décide de prendre un cliché, le compare et décide de l'envoyer ou pas au serveur, ne nécessitant que peu d'énergie. Les applications de ce type d'équipement sont multiples allant de la surveillance de sites industriels à la reconnaissance faciale pour portiques d'entrée à la détection d'anomalies de fabrication sur des chaînes de montage.

La vérification
L'agente de PI, Rachelle, se pose quelques questions. Elle veut déterminer s'il existe un produit ou une marque identique sur le marché. Voici les questions qu'elle se pose avant d'aller plus loin et les réponses à chacune d'elles.

- Un système intégré identique à celui de Felipe a-t-il déjà fait l'objet d'un brevet ? NON.
- Est-il facile de reproduire son design ? OUI.

- La méthode de traitement de l'information et la topologie hybride du système logiciel sont-elles uniques ? OUI.
- La marque smartCAM est-elle déjà utilisée ? OUI.

Le plan d'affaires
Dans la rédaction de son plan, la conseillère commerciale, Juanita, doit déterminer quelle est la stratégie d'entreprise et quel est l'environnement de marché pour l'invention à Felipe. Elle a une liste de questions auxquelles elle répond avant de débuter son plan.

- Quelle est la distribution géographique sur le produit (le marché) ? GLOBALE.
- Est-ce que du financement est nécessaire ? OUI.
- L'industrialisation du produit est-elle nécessaire ? OUI.
- Quel est le type de commercialisation ? B2B et B2C.
- Y existe-t-il déjà une stratégie à court terme ? OUI. La vente de la technologie à une entreprise de caméra.

La recherche et le développement
Phases de prototypage seulement.

- Le produit fonctionne-t-il ? OUI.
- Comment traiter l'information et les résultats de recherche et de tests ? SECRET.

Qu'est-ce que la démarche de Felipe nous apprend ?
Le coût d'industrialisation, qui permet de passer d'un prototype à un produit pouvant être fabriqué en volume, est très important. L'industrie incluant les acquéreurs potentiels génère beaucoup de brevets, la concurrence est féroce et la rapidité de dépôt des brevets est importante, l'image de marque ne joue pas un grand rôle dans le succès d'une technologie vendue rapidement à un grand joueur. Tous ces facteurs ont dicté la stratégie d'entreprise de Felipe. Par ailleurs, il ne désire pas créer et gérer une entreprise.

Le capteur intelligent de Felipe : Protection

Répondez maintenant à la série de questions suivantes afin d'aider Felipe à bien protéger son invention.

Question 1
Pour une meilleure protection, Felipe doit-il enregistrer ou breveter TOUTE la PI reliée à son produit ?
Rétroaction
Non. Alors que la technologie doit être protégée pour suivre les pratiques de l'industrie et la volonté de Felipe de vendre le fruit de ses recherches à un joueur majeur de l'industrie, la marque de commerce de Felipe ne sera probablement pas importante pour la société qui procédera à l'acquisition, puisqu'elle utilisera plutôt ses propres marques de commerce et noms de produits.

Question 2
Est-ce qu'une combinaison de plusieurs types de PI serait préférable ?
Rétroaction
Oui, de façon à garantir une protection solide sur plusieurs aspects du produit.

Question 3

Est-ce que Felipe doit changer le nom de son produit ?
Rétroaction
Oui, parce que le nom « smartCAM » est déjà utilisé par un autre produit, Felipe doit trouver un nouveau nom. Le nom sera donc changé pour FLX.I ROBOT pour assurer qu'aucune action en justice ne puisse entraver les efforts de commercialisation de Felipe.

Question 4
Quels types de PI sont possibles dans le cas de Felipe ?
Rétroaction
Pour un maximum de protection, Felipe devra combiner l'enregistrement de différents types de brevets (méthode, design, topographie des circuits intégrés) pour son produit tant physique que logiciel. Il devra également enregistrer les droits d'auteur de son logiciel. Par ailleurs, la marque de commerce, son logo et les droits d'auteur reliés à ses slogans publicitaires par exemple ne devront pas être enregistrés, car ils ne constitueront aucune valeur lors de la vente de sa technologie puisqu'il ne mettra pas son produit en marché lui-même. Cependant, avant d'utiliser des marques de commerce, des logos et slogans pour présenter son produit, il devra s'assurer de faire une recherche de marques de commerce, de logos et de slogans pour ne pas enfreindre la propriété intellectuelle d'autres entreprises et risquer des poursuites légales qui compromettraient la vente de son produit à un gros joueur de l'industrie.

Dénouement

Felipe vend FLX.I Robot à Fujifilm et retourne dans son laboratoire pour développer sa prochaine invention !

Le dispositif d'isolation thermique de batterie de Monia : Stratégie

Voici plus de détails sur le cas de Monia.

L'idée
ElekShield, un dispositif d'isolation thermique de batterie en conditions extrêmes.

Monia a développé un composant chimique unique jumelé à un système de micro-filtres permettant des combinaisons différentes de molécules selon la température externe et interne d'une batterie.

Ce système permet une régularisation de la température ambiante optimale de la batterie, quelle que soit la température extérieure extrêmement chaude ou froide, ce qui a pour effet d'éviter les déperditions d'énergie par températures variables et de prolonger l'autonomie des véhicules électriques.

À terme, cette technologie permettra également de conserver une température stable des batteries de n'importe quel véhicule électrique et de prolonger la vie des batteries tout en optimisant leur autonomie et leur prédictibilité.

La vérification

L’agent de PI, Ahmed, se pose quelques questions. Il veut déterminer s’il existe un produit ou une marque identique sur le marché. Voici les questions qu’il se pose avant d’aller plus loin et les réponses à chacune d’elles.

Un système identique à celui de Monia a-t-il déjà fait l’objet d’un brevet ? NON.
Est-il facile de reproduire son invention en la modifiant légèrement pour atteindre le même résultat ? NON.
La marque ElekShield est-elle déjà utilisée ? NON.

Le plan d’affaires
Dans la rédaction de son plan, la conseillère commerciale, Rosa, doit déterminer quelle est la stratégie d’entreprise et quel est l’environnement de marché pour ElekShield. Elle a une liste de questions auxquelles elle répond avant de débuter son plan.

Quelle est la distribution géographique et le produit est-il destiné à un seul type d'usage ? GLOBALE et par segments industriels.
Quelle est la structure de l’industrie ? CONCENTRÉE.
Est-ce que du financement est nécessaire ? OUI.
L’industrialisation du produit est-elle nécessaire ? OUI.
Quel est le type de commercialisation ? LICENCE.
Minia a-t-elle une stratégie à long terme ? Devenir le développeur de technologie de protection thermique de batteries pour tout type de véhicule.

La recherche et le développement
Phases de prototypage et de préproduction.

Le produit fonctionne-t-il ? OUI. Cependant la technologie est encore chère, requiert de l’espace et ne peut s’appliquer qu’à des véhicules industriels. En améliorant le système, il sera possible d’obtenir des coûts de production plus bas et de miniaturiser les dispositifs.
Comment traiter l’information et les résultats de recherche et de tests ? SECRET et BREVETS.

Qu’est-ce que la démarche de Monia nous apprend ?
L’invention de Monia est unique et très difficile à reproduire sans la copier. De plus, elle présente une feuille de route d’amélioration et de diversification des applications. Par ailleurs, le type de commercialisation choisi doit impérativement assurer aux partenaires qui acquièrent une licence sur la technologie d’être protégés sur tous leurs marchés. Enfin, la marque de commerce est importante, car elle permet aux partenaires de l’entreprise de Monia de faire valoir le sérieux et la qualité de leur solution. Tous ces facteurs vont dicter la stratégie de PI qui sera suivie.

Le dispositif d’isolation thermique de batterie de Monia : Protection

Répondez maintenant à la série de questions suivantes afin d’aider Monia à bien protéger ElekShield.

Question 1
Pour une meilleure protection, Monia doit-elle enregistrer ou breveter TOUTE la PI reliée à son produit ?

Rétroaction
Oui. Puisque l'industrie a pour habitude de breveter les innovations et que Monia veut développer une technologie et des produits qui évoluent dans le temps, mais qui seront connus comme la référence en la matière, elle doit non seulement protéger son invention, mais également protéger sa marque de commerce et les actifs qui y sont associés.

Question 2
Est-ce qu'une combinaison de plusieurs types de PI serait préférable ?
Rétroaction
Oui, de façon à garantir une protection solide sur plusieurs aspects du produit et de la marque.

Question 3
Quels types de PI sont possibles dans le cas de Monia ?
Rétroaction
Pour un maximum de protection, Monia devra combiner l'enregistrement de différents types de brevets (méthode, design, etc.) pour son produit. De plus, la marque de commerce, son logo et les droits d'auteur reliés à ses slogans publicitaires devront être enregistrés, car Monia veut créer une entreprise dont les technologies, mêmes vendues sous licence à des fabricant.e.s de batteries, représenteront la norme de leur industrie et devront ainsi être clairement identifiés même s'ils font partie intégrante de produits plus complets.

Dénouement
Monia vend sous licence sa technologie à plusieurs fabricants de batteries pour véhicules industriels alors que son entreprise va développer une variante pour les batteries de véhicules récréatifs, et ensuite grâce à des recherches plus avancées, pour véhicules de promenade. ElekShield devient la référence dans les systèmes de maintien de température des batteries.

Résumé

Une stratégie de PI bien planifiée et tenant compte de l'ensemble des facteurs influençant l'industrie, le marché et l'entreprise permettra de développer une stratégie de commercialisation gagnante. Voici un rappel des facteurs à considérer.

Les pratiques de l'industrie et des concurrents relativement à la PI
- Secrets commerciaux
- Brevets
- Marques de commerce
- Autres

La structure de l'industrie
- Concentrée
- Fragmentée

Distribution géographique
- Territoire(s) restreint(s) (pays, région ou continent)
- Globale

Le plan de commercialisation

- B2C
- B2B
- Licence
- Vente de la technologie

Conclusion

Nous espérons que ce module vous a permis de mieux comprendre l'importance de bien maîtriser les enjeux reliés à la propriété intellectuelle et la nécessité de planifier une stratégie rapidement pour éviter des erreurs de parcours. Nous vous encourageons à poursuivre vos démarches, à consulter d'autres ressources et des personnes qualifiées en la matière qui sauront vous guider dans les actions à entreprendre en fonction de votre situation.