



Innovation, Sciences et
Développement économique Canada
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Innovation, Science and
Economic Development Canada
Canadian Intellectual Property Office



Votre guide de stratégie du PI

Information et recommandations de lecture basées sur votre autoévaluation.

Canada

Objet du guide

Ce guide présente des points à considérer dans l'optique de vos objectifs d'affaires pour vous permettre d'élaborer une stratégie détaillée en matière de propriété intellectuelle (PI), stratégie que vous pourrez intégrer à votre plan d'affaires.

Veillez prendre un moment pour nous donner vos commentaires: fr.surveymonkey.com/r/T2C5VVG

Table des matières

- Élaborer une stratégie en matière de PI
- Harmonisation avec la politique et la culture de l'organisation
- Objectifs opérationnels
- Propriété de la PI
- Évaluation de la PI et détermination du degré de priorité connexe
- Protection de la PI
- Frais et échéanciers
- Commercialisation et monétisation de la PI
- Évaluation de la PI
- Collaborer avec des tiers pour élaborer des actifs de PI
- Pour de plus amples renseignements

Élaborer une stratégie de PI

Une stratégie de PI est un plan qui vise à assurer la concordance de vos objectifs d'affaires. Pour ce faire, vous pouvez obtenir des droits de PI à l'égard de vos produits et services et exploiter des actifs de PI existants, dans le but d'obtenir un avantage concurrentiel sur le marché et de connaître une croissance durable. Une stratégie de PI peut être axée sur un seul type d'actifs de PI ou sur plusieurs types combinés (brevets, marques de commerce, droits d'auteur, secrets commerciaux ou dessins industriels).

L'élaboration d'une stratégie de PI peut généralement être envisagée comme étant le processus en quatre étapes ci-dessous, et qui peut englober l'ensemble de votre entreprise ou viser un produit ou un service en particulier :

- 1) connaître votre entreprise et vos actifs de PI
- 2) élaborer vos opérations relatives à la PI
- 3) exécuter
- 4) réorganiser

Figure ci-dessous – Stratégie de PI, étapes du processus Aux fins de produire votre stratégie de PI, il est possible de moduler la portée du processus pour votre entreprise à mesure que cette dernière prend de l'expansion. Vous pouvez appliquer ce processus pour effectuer continuellement des mises à jour utiles à la stratégie de PI de votre entreprise.

Stratégie d'affaires



Étape 1 : Analyse d'affaires et de la PI

Pour élaborer votre stratégie de PI, vous devez d'abord comprendre les types de PI, et décider du type de stratégie à mettre en œuvre d'après vos objectifs d'affaires. Le type de stratégie que vous mettrez en œuvre dépendra de ce qui suit :

- le type d'actifs incorporels que possède votre entreprise ou qu'elle produira
- la stratégie de PI de vos concurrents dont vous êtes informé, et du marché en général
- une évaluation de vos actifs de PI afin de savoir comment en optimiser la valeur pour votre entreprise

Vous vous doterez ainsi d'une stratégie de PI qui concorde avec vos besoins d'affaires.

Vous devez tenir compte du fait qu'il existe divers types de stratégies de PI, que la stratégie établie ainsi que les mesures connexes sont propres à chaque entreprise, et que le rendement du capital investi peut varier pour votre entreprise en fonction de chaque stratégie. Cela dit, il existe un certain nombre de cadres stratégiques généraux que toutes les entreprises peuvent envisager, comme ce qui suit :

- **Approche défensive** : Créer et mettre de l'avant une position défensive contre les concurrents et le marché pour stabiliser sa position de PI afin de se protéger des menaces externes (par exemple, l'utilisation de stratégies axées sur des sources ouvertes ou des brevets pour se doter d'une marge de manœuvre aux fins d'exploitation, le dépôt d'un brevet fondé sur votre produit ou service à titre de mesure défensive et dissuasive visant les concurrents, ou l'élaboration d'un programme robuste de secrets commerciaux pour assurer la protection de vos renseignements confidentiels contre les concurrents).

- **Approche offensive** : Créer et mettre de l'avant une position de PI offensive visant des marchés ou des concurrents particuliers (par exemple, le dépôt de brevets bloquant la croissance des concurrents, ou la constitution d'une solide position de PI pour pouvoir exercer un leadership sur le marché, ce qui passe souvent par des stratégies ciblées de dépôt de brevets ou d'enregistrement de marques de commerce).
- **Dimension financière** : Rechercher et protéger des actifs de PI d'après la capacité de réduire les coûts de PI ou d'affermir votre situation financière au moyen de ces actifs (par exemple, examiner continuellement les actifs de PI enregistrés et en exploitation, et ne conserver que ceux dont vous avez véritablement besoin, les autres pouvant être cédés ou faire désormais partie du domaine public). Une stratégie axée sur la dimension financière peut servir à accroître les avantages financiers de l'entreprise (par exemple, constituer un portefeuille de PI en prévision d'un objectif d'affaires futur, comme un investissement, une fusion et une acquisition, ou encore un premier appel public à l'épargne).
- **Octroi de licences** : Créer, acquérir ou gérer des actifs de PI en vue d'en tirer des revenus en misant sur des occasions d'application des droits de PI, de commercialisation ou d'octroi de licences (par exemple, on peut offrir ou négocier l'accès au marché par voie d'octroi de licences de brevet ou de marque [marque de commerce], de partage et d'octroi de licence à l'égard d'information [données protégées par le droit d'auteur], ou de partage de sources ouvertes).
- **Démarche stratégique** : Engendrer et orienter le marché en ce qui concerne les actifs de PI, ce qui vous permet de contrôler le marché à mesure qu'il évolue (par exemple, produire des actifs de PI en vue de la concession réciproque de licences ou d'une coentreprise, acquérir une protection étendue par voie de brevet à l'égard de technologies fondamentales qui peuvent être enchâssées dans des normes, ou à créer des actifs de PI essentiels au marché [marque de commerce, droits d'auteur sur des données, technologie brevetée] tout en exerçant d'entrée de jeu un leadership au sein du marché).

Considérant ces stratégies générales variées de PI, vous devriez tenir compte, lors de l'élaboration de votre propre stratégie, de la vision et de la mission de votre entreprise ainsi que de la façon dont cette dernière mènera ses activités sur le marché. Puis, vous pourrez définir l'approche ou la combinaison de cadres stratégiques devant vous servir d'assise.

Étape 2 : Opérations relatives à la PI

L'étape suivante doit consister à élaborer la stratégie de PI et à définir les modalités opérationnelles de votre entreprise. Cela comprend donc la création de la stratégie de PI (vision, mission, principes directeurs, paramètres de mesure connexes, et besoins liés aux types d'actifs de PI) ainsi que la définition d'objectifs opérationnels et d'une infrastructure de l'entreprise (budget, effectif, profil de risque, hiérarchie décisionnelle) qui correspondent à votre stratégie d'affaires. Ces éléments reposeront sur l'information recueillie pendant le processus d'harmonisation, et vous doteront d'un plan opérationnel qui pourra orienter vos activités.

Figure ci-dessous – Aperçu de vos plans d'affaires

La mise en œuvre de la stratégie de PI est essentielle pour toute entreprise ou tout entrepreneur qui souhaite tirer une valeur maximale de ses actifs incorporels. Réfléchissez aux tâches suivantes liées à la PI, ou communiquez avec un [conseiller en PI](#) de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) si vous avez des questions concernant la meilleure approche pour vous :