

PARLONS... AFFAIRES!

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE



PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Gagner de l'argent grâce à votre idée ou à votre invention

par Tom Boyd, conseiller régional en propriété intellectuelle, Office de la propriété intellectuelle du Canada

Vous avez une nouvelle idée novatrice. Que devez-vous faire?

Des idées novatrices vous viennent constamment à l'esprit. Vous vous êtes souvent demandé : Fonctionnera-t-elle vraiment? Par quoi dois-je commencer? Ce sont là des questions valables et importantes, et il y en a beaucoup d'autres. Il existe des lois qui visent les inventions et les œuvres de création. Ces lois sont désignées sous l'appellation de propriété intellectuelle.

L'innovation est l'un des éléments essentiels à la réussite d'une entreprise. Qu'il s'agisse d'un nouveau modèle de contenant, d'un logo, d'un nom, d'un produit qui soit unique ou d'une multitude d'idées novatrices, ce que vous faites avec ceux-ci peut être synonyme de succès ou, si vous ne faites pas ce qu'il faut, d'échec.

Vous pourriez être à la fine pointe de l'avenir. Cette innovation pourrait vous faire gagner beaucoup d'argent, ainsi qu'aux personnes qui vous soutiennent. Rappelez-vous que les grandes entreprises n'ont pas toujours été grandes. Il arrive souvent que des personnes ou des petites entreprises mettent au point des inventions révolutionnaires. Sir Alexander Flemming, qui a découvert la pénicilline, a dit : « C'est le chercheur seul qui fait les premiers progrès dans un domaine. Les détails peuvent être peaufinés en équipe, mais la première idée est le fruit de l'initiative, de la réflexion et de la perception d'une personne. »

L'innovation est la ressource essentielle d'une entreprise florissante. Par où commencer? Ayez toujours à l'esprit que vous pourriez ne pas être le premier à trouver une innovation précise. De plus, même si cette innovation a l'air d'être une idée géniale, les consommateurs n'accourront peut-être pas en foule chez vous. Vous risquez de connaître bien des désillusions!

Votre idée est-elle nouvelle?

Vous pouvez consulter plusieurs sources pour voir si quelqu'un d'autre a déjà eu une idée similaire. Si votre idée concerne un produit de consommation, vérifiez dans les magasins, les sites Web et les catalogues. Il serait également utile de visiter des salons professionnels et de consulter des publications commerciales dans le domaine de votre invention. Vous voudrez peut-être poser des questions générales et gardez les détails pour vous. N'oubliez pas que les droits conférés par les brevets dans les grands pays étrangers seront menacés si l'on divulgue des renseignements avant le dépôt d'une demande de brevet.

Au tout début de votre recherche, vous devriez faire des recherches dans les bases de données sur les brevets. Les bases de données du Canada (www.opic.gc.ca) et des États-Unis (www.uspto.gov) sont deux bons endroits pour démarrer vos recherches. Bon nombre de ces bases de données sont accessibles sur Internet. Les demandes de brevets et les brevets octroyés sont souvent publiés bien avant que le produit ne sorte sur le marché. Vous pouvez glaner de nombreux renseignements dans ces bases de données.

Par exemple, vous pourriez, en plus de déterminer si votre invention est nouvelle ou pas, cerner les tendances en vogue dans le domaine de votre invention. Vous pourriez également trouver les nouveaux produits qui sont sur le point d'être lancés. Vous pourriez ainsi éviter de dépenser de l'argent dans des travaux de recherche et développement dans le cas où quelqu'un a déjà obtenu un brevet.

Toutes les personnes qui font des affaires devraient savoir ce que font leurs concurrents. Les bases de données sur les brevets révèlent souvent ces renseignements bien avant le marché. Il se peut qu'un problème technique blo-

PARLONS... AFFAIRES!

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE



que le développement de votre invention et que la solution se trouve dans un document de brevet existant.

Les bases de données sur les brevets peuvent également être utilisées pour trouver de nouveaux produits. Il est peut-être possible d'exploiter certains de ces produits. Si un inventeur omet de présenter une demande de brevet au Canada dans un certain délai, quiconque peut réaliser, vendre ou utiliser cette invention au Canada. Vous ne pourrez pas d'un point de vue légal obtenir un brevet, exporter le produit dans un pays où l'invention est brevetée et détenir des droits exclusifs sur cette dernière, mais c'est une démarche que vous voudrez peut-être entreprendre.

Pour finir, ces bases de données sont véritablement sous-utilisées en ce qui a trait aux études de marché et à la localisation d'éventuels fabricants. Il y a par exemple plus de 200 surélévateurs de siège de toilette automatiques dans la base de données américaine sur les brevets, mais très peu d'entre eux ont été commercialisés. Voici un exemple de manque d'intérêt de la part des consommateurs à l'égard de ce type d'invention. Un exemple concret de ce qui arrive quand on ne fait pas d'étude de marché coûteuse.

Voici 13 questions essentielles auxquelles vous devez répondre afin d'évaluer votre idée :

1. Est-ce une idée nouvelle ou est-ce que quelqu'un d'autre y a déjà pensé?
2. Est-ce un produit utile commercialisable?
3. Qui distribuera le produit? De quelle manière?
4. Mon idée me rapportera-t-elle de l'argent?
5. Puis-je la protéger?
6. Quels sont les points forts de mon invention?
7. Qui l'utilisera et qui l'achètera?
8. Combien coûtera la production de mon invention et combien se vendra cette dernière?
9. Qui la fabriquera et où sera-t-elle fabriquée?
10. De quel capital aurai-je besoin et à quelles fins sera-t-il utilisé?
11. Quel est le rendement du capital investi et dans com-

bien de temps en verrai-je les retombées?

12. Qui verra le développement de l'invention?

13. En quoi consiste le plan de marketing?