

**OMPI/INN/ABJ/99/18**

**ORIGINAL : français**

**DATE : Septembre 1999**



GOUVERNEMENT DE LA  
RÉPUBLIQUE DE CÔTE D'IVOIRE



ORGANISATION MONDIALE DE LA  
PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

## **SEMINAIRE REGIONAL DE L'OMPI SUR L'INVENTION ET L'INNOVATION EN AFRIQUE**

organisé par  
l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI)  
en coopération avec  
le Gouvernement de la République de Côte d'Ivoire

**Abidjan, 1<sup>er</sup> – 3 septembre 1999**

### **LE RÔLE DES ENTREPRENEURS DANS LA COMMERCIALISATION DES INVENTIONS ET DES RÉSULTATS DE LA RECHERCHE**

*Exposé de M. Michel Levy, Directeur général, Cabinet Léonard, Paris*

**TABLE DES MATIÈRES**

	pages
<b>I INTRODUCTION</b>	<b>3-4</b>
<b>II RÔLE SPÉCIFIQUE ET OBLIGATIONS DE L'ENTREPRISE</b>	<b>4</b>
a) Sur un plan industriel	4
b) Sur un plan commercial	5
<b>III LA COMMERCIALISATION</b>	<b>5</b>
a) L'entreprise industrielle dispose de sa propre organisation commerciale	5
b) L'entreprise industrielle a pour vocation de fabriquer et n'est pas structurée pour la commercialisation et ne souhaite pas modifier sa structure	5
<b>III LES MOYENS</b>	<b>5-6</b>
a) Les moyens humains	5
b) Les moyens financiers	6
<b>IV RÉSUMÉ</b>	<b>6</b>
<b>V CONCLUSION</b>	<b>6</b>

## I INTRODUCTION

Lors de mon intervention se rapportant à « l'Évaluation des Innovations », nous avons pu évoquer ensemble les différents aspects importants dans la phase préliminaire de la valorisation des inventions qui doit donc être conduite, par des spécialistes avec la plus grande rigueur.

C'est à cette condition que les entreprises du domaine relatif à l'innovation ou évoluant dans un domaine voisin, peuvent être approchées. Ceci, dans la mesure où elles disposent d'une expérience et d'un outil de production correspondant au projet qui leur est proposé.

Nous allons maintenant parler du rôle primordial qu'occupe l'entreprise dans la chaîne de l'innovation et constater ensemble qu'il ne peut être envisagé de promouvoir et/ou valoriser l'innovation en dehors d'une implication forte et constante des entrepreneurs et des entreprises qu'ils dirigent.

Avant d'entrer directement dans le rôle effectif des entreprises dans la réussite des innovations, je souhaiterais tout d'abord, en tant qu'ancien industriel et fondateur-animateur d'un important Cabinet de Conseils en Valorisation de l'innovation, exprimer les motifs qui doivent conduire les entreprises à rechercher et à exploiter des produits innovants.

Il convient de préciser que les entreprises qui tirent le meilleur profit de l'innovation sont des sociétés de petite et moyenne taille, plus couramment appelées PME/PMI.

Les PME/PMI sont, dans la grande majorité des cas, des entreprises sous-traitantes de groupes industriels, donc dépendantes des grands donneurs d'ordres que sont leurs clients.

Elles sont le plus généralement en situation de forte concurrence, contraintes souvent de sacrifier une grande partie de leur marge bénéficiaire pour assurer une charge de travail suffisante à leurs personnels de production.

Ceci se traduit, d'une part, par le manque de visibilité ou de perspective pour le moyen terme et d'autre part, par une grande fragilité car la perte d'un client signifie souvent le risque de voir disparaître l'entreprise.

Ce constat souvent effectué, nous conduit à affirmer que la PME/PMI doit choisir la voie de l'innovation.

Qu'il s'agisse d'une invention interne à l'entreprise (qui devra être protégée par un brevet) ou d'une invention acquise, sous la forme d'une licence d'exploitation ou d'un brevet, auprès d'une autre entreprise ou d'un inventeur individuel, national ou étranger.

Les motifs de l'entreprise à « aller » vers l'innovation sont les suivants :

- l'innovation, c'est un moyen de diversifier ses activités ;
- l'innovation, c'est l'indépendance par rapport aux grands donneurs d'ordre ;

- l'innovation, c'est la maîtrise de son marché et l'ouverture à l'international ;
- l'innovation, c'est la différenciation par rapport à la concurrence ;
- l'innovation, c'est un moyen de renforcer ses fonds propres ;
- l'innovation, c'est un outil de valorisation de l'entreprise.

### **L'INNOVATION EST DONC UN FACTEUR DETERMINANT DE CROISSANCE ET D'ENRICHISSEMENT POUR L'ENTREPRISE.**

Après avoir parlé, peut-être longuement, des avantages et de l'intérêt que l'entreprise trouvera dans la pratique de l'innovation, je voudrais aborder maintenant son rôle spécifique, mais aussi ses obligations.

## **II ROLE SPECIFIQUE ET OBLIGATIONS DE L'ENTREPRISE**

Selon l'état d'avancement de l'invention qui, souvent, se situe en amont de l'industrialisation, le niveau d'intervention de l'entreprise sera différent :

1. schématisation de principe de l'invention, non formalisée, non brevetée ;
2. l'invention est formalisée et décrite (demande de brevet déposée, etc.) ;
3. maquette réalisée ;
4. prototype construit.

Si nous considérons la première étape, l'entreprise devra assurer l'étude de faisabilité de l'invention, grâce à son propre bureau d'études ou à défaut, avec l'aide d'un bureau d'études extérieur.

Il en sera de même dans les étapes n° 2 et 3.

Il convient d'ajouter ici que l'entreprise devra faire procéder à une étude de marché afin de valider que le produit objet de l'innovation s'inscrit bien en opportunité de marché, d'en connaître les volumes envisageables et le niveau de prix/marché.

Dans l'étape n° 4 où l'entreprise intervient lorsque le prototype est réalisé, son rôle sera :

### **a) Sur un plan industriel**

De procéder à l'industrialisation du produit qui devra conduire à fabriquer un produit fiable dans de bonnes conditions économiques, c'est-à-dire un produit de qualité à un bon prix de marché.

**b) Sur un plan commercial**

Si on reconnaît l'importance du rôle de l'industrialisation puis de la fabrication du produit innovant, on doit ajouter qu'un produit fabriqué doit être vendu.

**III LA COMMERCIALISATION**

Deux cas de figure sont possibles :

**a) L'entreprise industrielle dispose de sa propre organisation commerciale**

L'entreprise commercialisera le produit par son propre réseau national en l'ajoutant à son propre catalogue.

S'il y a lieu, elle devra en assurer la publicité au travers des canaux qu'elle utilise habituellement.

Pour l'exportation, l'entreprise devra utiliser son réseau de distributeurs et le cas échéant, compléter ce réseau par la mise en place de nouveaux distributeurs.

**b) L'entreprise industrielle a pour vocation de fabriquer et n'est pas structurée pour la commercialisation et ne souhaite pas modifier sa structure**

L'entreprise devra confier la commercialisation du produit objet de l'invention à une société spécialisée dans la distribution de ce type de produits, bien implantée dans son secteur d'activité.

Il en sera de même pour l'exportation.

Nous devons préciser ici que dans le 2<sup>e</sup> cas, l'entreprise devra faire appel à des cabinets spécialisés dans ce type de mission, considérant qu'une entreprise purement industrielle n'est généralement pas à même d'effectuer ces démarches de recherche et de mise en place d'accords de commercialisation par ses propres moyens.

**III LES MOYENS**

Il va sans dire que l'Entreprise doit évaluer d'une part les moyens nécessaires à la réalisation industrielle et commerciale de l'invention, et d'autre part les moyens dont elle dispose pour y faire face.

Ces moyens sont de nature différente :

**a) Les moyens humains**

L'entreprise doit, avec l'aide du Centre d'Innovation et/ou de son conseil en innovation, faire un bref bilan de son potentiel humain afin de décider, le cas échéant, de recruter les

personnels qualifiés qui lui manquent ou d'établir un accord de partenariat avec une autre entreprise qui détient le savoir-faire qui lui fait défaut.

#### **b) Les moyens financiers**

L'Entreprise doit faire un bilan économique prévisionnel, soit avec l'aide d'un consultant spécialisé dans la valorisation de l'innovation, soit avec la participation du Centre d'Innovation.

Dans le cas où ce bilan prévisionnel ferait apparaître un besoin de financement, il appartiendrait à l'entreprise, avec l'aide de ses conseils, de rechercher et de mettre en place les financements nécessaires à la réalisation complète de l'invention, et ce jusqu'à sa commercialisation.

On doit retenir ici que le rôle du Centre d'Innovation et de ses spécialistes est déterminant dans l'accompagnement et la valorisation de l'innovation.

#### **IV RESUME**

Nous pouvons retenir que le rôle des entreprises est le suivant :

- l'étude et le développement du produit issu de l'invention ;
- les études de marché (national-export) ;
- l'établissement de divers partenariats avec des entreprises à savoir-faire complémentaires (s'il y a lieu) ;
- l'industrialisation et la fabrication du produit (en interne et en sous-traitance, s'il y a lieu) ;
- la mise en place directe ou indirecte de la commercialisation du produit ;
- la recherche de perfectionnements pouvant être apportés au produit ;
- la veille de l'état de la concurrence.

#### **V CONCLUSION**

Je voudrais citer l'exemple d'une invention que notre Cabinet a accompagnée, du niveau proche du schéma de principe ou l'idée, jusqu'au produit, en passant par la recherche et la mise en place de l'ensemble des partenariats nécessaires à la commercialisation du produit.

Il s'agit d'une prothèse externe pour membres inférieurs.

[Fin du document]