

CAHIERS DU LAB.RII
– DOCUMENTS DE TRAVAIL –

N°221

Juillet 2009



**L'USAGE DE LA
PROPRIETE
INTELLECTUELLE
DANS LES ENTREPRISES
ARTISANALES
INNOVANTES EN FRANCE**

Blandine LAPERCHE

L'USAGE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DANS LES ENTREPRISES ARTISANALES INNOVANTES EN FRANCE

THE USE OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS IN FRENCH CRAFT ENTERPRISES

Blandine LAPERCHE

Résumé – Dans cet article, nous nous posons la question de l'usage de la propriété intellectuelle dans l'entreprise artisanale. Par le biais d'une enquête réalisée sur la période juillet 2008 – mai 2009 auprès de 24 entreprises artisanales françaises qui ont eu recours à la propriété intellectuelle, nous cherchons à comprendre les raisons qui les ont poussé à utiliser les droits et/ou titres de propriété intellectuelle. Ces études de cas nous permettent aussi de dégager les atouts et limites de ceux-ci pour l'entreprise artisanale ainsi que les usages particuliers qu'elle en fait. Il apparaît que la protection du patrimoine intellectuel est un élément important pour les entreprises artisanales. Pour autant les usages de la propriété intellectuelle (constitution de portefeuille de protection, stratégie défensive ou de réputation) sont assez peu différents de ceux que l'on peut trouver dans les entreprises de petite taille.

Abstract – In this paper, we raise the issue of the use of intellectual property rights in the craft enterprise. Through a study on 24 French craft enterprises that have resorted to intellectual property rights, achieved between July 2008 and May 2009, we try to understand the reasons that have led them to make use of them. These case studies also give the possibility to put into light the advantages and the limits of them for the craft enterprise as well as the particular use that it makes of them. The protection of the intellectual patrimony is an important element for craft enterprises. However, the use of intellectual property rights (constitution of protection portfolio, defensive or reputation strategy) are not very different from the way small scale enterprises make use of it.

**L'USAGE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE DANS LES ENTREPRISES
ARTISANALES INNOVANTES EN FRANCE**

**THE USE OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS IN FRENCH CRAFT
ENTERPRISES**

Blandine LAPERCHE

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	4
1-PROPRIETE INTELLECTUELLE ET INNOVATION DANS L'ENTREPRISE	5
1.1. Les rôles économiques de la propriété intellectuelle dans l'entreprise : la protection et la valorisation du patrimoine intellectuel	5
1.2. Le recours à la propriété intellectuelle : une question de taille	7
2-ENQUETE AUPRES D'ENTREPRISES ARTISANALES INNOVANTES	10
2.1. Méthodologie	10
2.2. Profil des entreprises interrogées	11
3. PRINCIPAUX RESULTATS	13
3.1. La constitution et la protection du patrimoine intellectuel	13
3.1.1. La constitution du patrimoine intellectuel	13
3.1.2. L'intérêt de la protection du patrimoine intellectuel	15
3.2. Les usages de la propriété intellectuelle dans les entreprises artisanales	16
3.2.1. Les modalités de protection du patrimoine intellectuel	16
3.2.2. Rôles, avantages et inconvénients de la propriété intellectuelle	18
CONCLUSION	20
BIBLIOGRAPHIE	21

INTRODUCTION

Le droit de la propriété intellectuelle est, dans la société de la connaissance d'aujourd'hui, couramment associé aux stratégies d'innovation des entreprises et aux politiques destinées à la promouvoir (Foray, 2000 ; Laperche, 2001). Brevets, marques, modèles, mais aussi droit d'auteur s'adaptent aux nouveaux produits technologiques (biotechnologies, technologies de l'information) et s'utilisent massivement aussi dans la production plus standardisée (automobile, produits électroménagers, etc.). De manière tout aussi aisée, on associe grandes entreprises et recours à la propriété intellectuelle. Ce sont en effet les grands groupes qui déposent le plus de titres de propriété industrielle et qui sont aussi à même de défendre leurs titres et droits via la tenue de procès souvent menés à l'échelle internationale et dont les échos se lisent dans la presse économique.

Les petites et moyennes entreprises innovantes, dans les hautes technologies notamment sont elles aussi des utilisatrices des droits et titres de propriété industrielle (Acs, Audretsch, 1990 ; Audretsch, 2002 ; Tidd, Bessant, Pavitt, 2006). L'entrepreneur schumpétérien a en effet besoin d'un monopole temporaire pour rentabiliser les investissements réalisés pour inventer un nouveau produit ou un nouveau procédé. L'importance donnée depuis les années 1980 aux petites et moyennes entreprises dans la stimulation de la croissance économique a conduit à un usage plus régulier de ces outils dans leur stratégie d'innovation. Cet usage est souvent aidé par les institutions de promotion de l'innovation (notamment Oseo) comme de la propriété intellectuelle (voir par exemple le site très complet de l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle à destination des petites et moyennes entreprises, <http://wipo.org>, voir aussi le site de l'Institut national de la propriété industrielle, <http://www.inpi.fr>)

Dans cet article, nous nous posons la question de l'usage de la propriété intellectuelle dans l'entreprise artisanale. Un artisan peut être une personne physique ou morale exerçant de façon indépendante une activité de production, de transformation de réparation ou de prestation de service (la liste est précisée par le décret du 2 avril 1998). L'entreprise est immatriculée au Répertoire des métiers et comprend un effectif de moins de 10 personnes (toutefois des exceptions existent pour les entreprises de plus de 10 personnes lorsque son dirigeant détient la qualité d'artisan, d'artisan d'Art ou de maître artisan) (CMA, 2009). D'après nos recherches, c'est un sujet très peu traité dans la littérature, sans doute du fait des performances moins visibles des très petites entreprises (que sont souvent les entreprises artisanales) en matière d'innovation (qui n'exclut pas d'autres formes d'innovation, organisationnelles notamment, voir ISM, 2008). Par le biais d'une enquête réalisée sur la période juillet 2008 – mai 2009 auprès de 24 entreprises artisanales qui ont eu recours à la propriété intellectuelle, nous cherchons à comprendre les raisons qui les ont poussés à utiliser les droits et/ou titres de propriété intellectuelle. Ces études de cas nous permettent aussi de dégager les atouts et limites de ceux-ci pour l'entreprise artisanale ainsi que les usages particuliers qu'elle en fait.

La première partie revient sur les rôles économiques de la propriété intellectuelle dans l'entreprise et sur les usages et rôles de celle-ci selon la taille de l'entreprise. La seconde partie, méthodologique permet de mieux connaître le profil des entreprises étudiées et la troisième partie présente les principaux résultats.

1. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET INNOVATION DANS L'ENTREPRISE

1.1. Les rôles économiques de la propriété intellectuelle dans l'entreprise : la protection et la valorisation du patrimoine intellectuel

La propriété intellectuelle est une branche du droit qui rassemble l'ensemble des lois et des règles régissant la propriété des œuvres de l'esprit (propriété littéraire et artistique) et des œuvres de l'industrie (propriété industrielle). La propriété littéraire et artistique, assurée par le droit d'auteur, donne aux auteurs des droits moraux et patrimoniaux sur leurs œuvres littéraires, musicales, théâtrales, etc. La propriété industrielle comprend principalement les brevets (qui protègent les inventions techniques), les marques (lesquelles protègent les signes distinctifs) et les dessins et modèles (qui s'appliquent aux formes ornementales nouvelles) (encadré 1)

Encadré 1 : Propriété industrielle et propriété littéraire et artistique

La propriété littéraire et artistique (œuvres littéraires, créations musicales, graphiques et plastiques, logiciels, créations de l'art appliqué, créations de mode, etc.) est protégée par le droit d'auteur. Celui-ci s'acquiert sans formalités, du fait même de la création de l'œuvre. Le *droit moral*, perpétuel, permet à l'auteur de s'opposer à la divulgation de son œuvre sans son consentement ou à une utilisation qui dénaturerait son œuvre ou encore de revendiquer à ce que son nom soit mentionné. Le *droit patrimonial* permet d'interdire ou d'autoriser l'utilisation de l'œuvre et de percevoir une rémunération en contrepartie. Le droit patrimonial dure 70 ans après la vie de l'auteur.

Les principaux titres de propriété industrielle, délivrés en France par l'Institut National de la Propriété Industrielle sont :

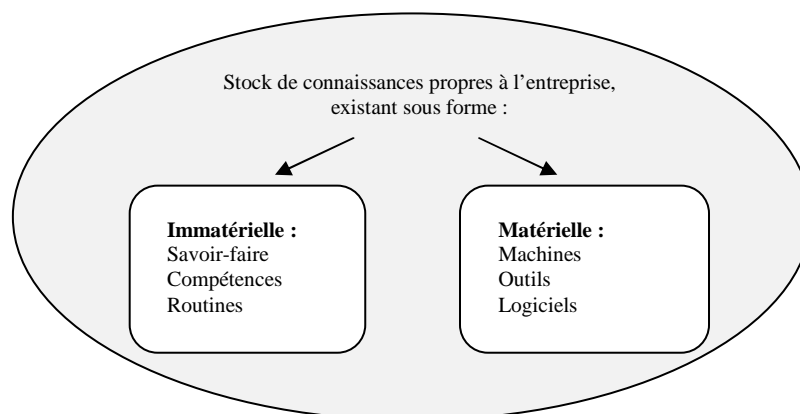
- *Le brevet* protège l'invention technique qui doit être nouvelle, issue d'une activité inventive et applicable dans l'industrie. Il confère à son titulaire (inventeur, entreprise) un monopole temporaire pour une durée de 20 ans.
- *La marque* de fabrique, de commerce ou de service permet d'identifier le produit ou le service. Le droit de marque produit ses effets pendant 10 ans et peut être maintenu indéfiniment par le biais du renouvellement.
- *Les dessins et modèles* protègent l'apparence d'un produit ou d'une partie de produit caractérisé par ses lignes, ses contours, ses couleurs, sa forme, sa texture ou ses matériaux. La protection est acquise pour une période minimale de 5 ans renouvelable 4 fois.

La propriété industrielle concerne aussi les secrets de fabrique, les semi-conducteurs et les obtentions végétales.

Pour en savoir plus : <http://inpi.fr>

Le recours à la propriété intellectuelle s'intègre dans une stratégie de protection et de valorisation du patrimoine intellectuel des entreprises. Nous pouvons définir le patrimoine intellectuel d'une entreprise comme l'ensemble des informations et connaissances matérialisées dans des machines, des outils et/ ou existant de manière immatérielle au travers des compétences, des savoir-faire et des routines. Ces informations et connaissances sont produites et/ou acquises par l'organisation (voir schéma 1).

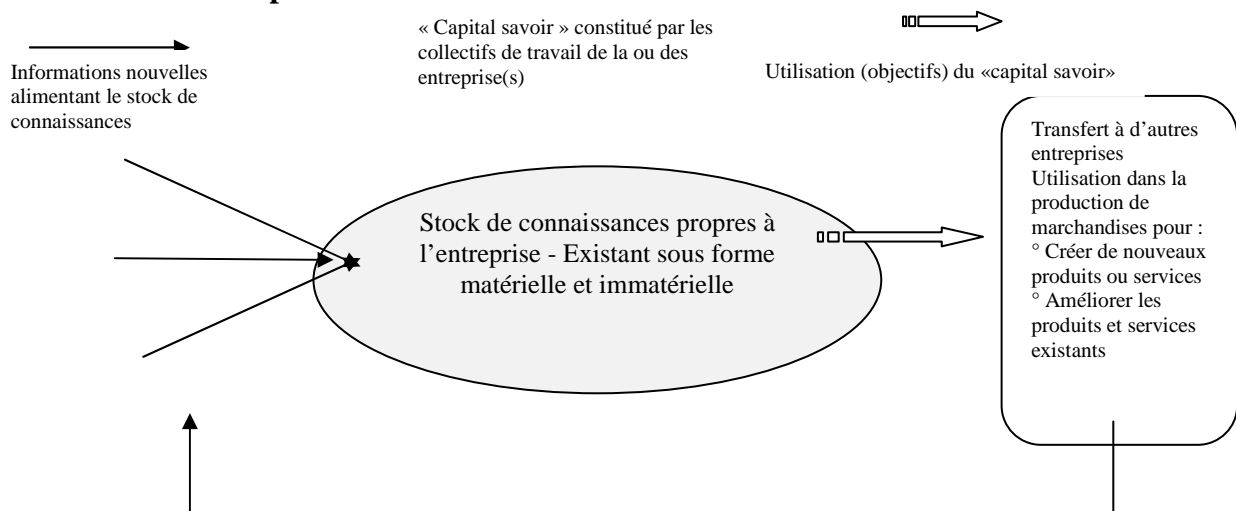
Schéma 1 : Le patrimoine intellectuel de l'entreprise



La grande entreprise, détentrice de moyens humains et financiers importants développe et valorise ce patrimoine intellectuel de manière systématique, c'est-à-dire que la production et le rassemblement des ressources humaines, financières, scientifiques et techniques fait l'objet d'une véritable stratégie. Dans ce cas, l'ensemble des informations et connaissances ne forme donc pas seulement un stock rassemblé au gré des opportunités, il est organisé en « système » : des membres de l'entreprise sont chargés de rassembler les ressources et de les faire circuler dans l'organisation (activité de veille scientifique et technique). D'autres (services de R&D, bureaux d'étude, ingénierie) sont chargés de produire de nouvelles connaissances qui auront pour but de donner jour à des inventions scientifiques et techniques nouvelles, utilisées en interne pour améliorer le fonctionnement des organisations ou diffusées sur le marché. D'autres enfin sont chargés de la valorisation, par la diffusion marchande des biens créés mais aussi par la protection des éléments et des produits de ce « capital savoir » : les grandes firmes sont souvent dotées d'un service juridique spécialisé dans la rédaction et dans la défense des brevets d'inventions, marques et modèles mais aussi droits d'auteur.

Les informations et connaissances rassemblées par l'entreprise, lorsqu'elles sont organisées sous forme systématique ne sont pas seulement un stock d'informations et de connaissances mais elles forment le « capital savoir » de l'entreprise, qui traduit l'enrichissement constant du stock, les liens entre les étapes du processus d'innovation (en amont vers la R&D et en aval vers le marché) et son usage dans la production de nouveaux biens et services. Nous définissons donc le « capital savoir » comme l'ensemble des connaissances et informations scientifiques, techniques et organisationnelles produites, acquises, ordonnées et systématisées par l'entreprise dans un but productif. Le « capital savoir » est de nature composite, regroupant le patrimoine intellectuel en tant que stock et l'ensemble informationnel qui le nourrit sans cesse (Laperche, 2006 et 2007) (voir schéma 2). C'est donc à la fois le caractère systémique de sa production et de sa valorisation qui différencie la notion de « capital savoir » de celle de patrimoine intellectuel.

Schéma 2 : Le « capital savoir »



Le caractère systémique de la production et de la valorisation de l'ensemble des informations et connaissances d'une entreprise peut se mesurer par des indicateurs quantitatifs et qualitatifs, résumés dans le tableau suivant :

Tableau 1 : Indicateurs quantitatifs et qualitatifs de constitution et de valorisation du «capital savoir»

Indicateurs quantitatifs	Indicateurs qualitatifs
Dépenses de R&D	Relations informelles avec des laboratoires de recherche, ou avec d'autres entreprises (au sein d'associations par exemple)
Nombre de chercheurs et ingénieurs employés	Participation à des salons et autres activités de veille
Nombre d'inventions réalisées	Mesures de sauvegarde et de promotion des compétences et des savoir-faire
Nombre de titres de propriété industrielle déposés (brevets notamment mais aussi marques et modèles)	
Nombre de contrats de recherche et d'ingénierie signés avec des laboratoires de recherche et/ou avec d'autres entreprises	

Mises à part les petites entreprises innovantes des secteurs de haute technologie, ce sont les plus grandes entreprises qui enregistrent les performances les plus élevées dans ces différents indicateurs. Leurs ressources humaines scientifiques, techniques et organisationnelles leur donnent en effet les moyens de développer et valoriser efficacement leur «capital savoir». Il en est de même pour l'usage de la propriété intellectuelle dans leur stratégie

1.2. Le recours à la propriété intellectuelle : une question de taille

D'après une étude publiée en janvier 2009, réalisée en France par l'INPI et OSEO (Joly, Abitbol, 2009), les groupes, têtes de groupe et filiales de groupe, entreprises de plus de 2000 salariés représentaient 48,2% du total des demandes de brevets publiés par la voie nationale en 2007 (et 70% des demandes émanant de personnes morales françaises). Les petites et moyennes entreprises représentent 13,3% de ces demandes. Ces demandes se répartissent également entre les TPE 1 à 9 salariés et les PME de 10 à 49 salariés (autour de 5 %), le reste (3%) représente les dépôts des PME de 50 à 249 salariés. Les personnes physiques représentent 16,3% du total des demandes (voir tableau 2).

Tableau 2 : répartition des demandes de brevets publiés en 2007

Déposants	Pourcentage du total des brevets publiés
PME	13,3%
Dont	
TPE : 1 à 9 salariés	5,1%
PME de 10 à 49 salariés	5,2%
PME de 50 à 249 salariés	3%
Entreprises de tailles intermédiaires	1,80
250- 900 salariés	1,2
999- 2000 salariés	0,6
Groupes, têtes de groupe et filiales de groupe, entreprises de plus de 2000 salariés	48,2%
Universités, organismes de recherche	4,6%
Personnes morales étrangères	14,9%
Personnes physiques	16,3%
Autres (fédérations professionnelles ou syndicats et non déterminés)	0,9%
Total brevets publiés (15121)	100%

Source : Joly, Abitbol (2009)

Les grandes entreprises se taillent donc la part la plus importante des dépôts de brevets et leur part progresse sur la période 1999-2007. La part des PME, si elle est plus faible a également connu une augmentation d'un peu moins de 10% sur la période. La part des PME industrielles décroît au profit des entreprises spécialisées en R&D (biotechnologies notamment mais aussi logiciels), l'ingénierie et études techniques, employant moins de 50 salariés. Les personnes physiques sont pour leur part en net recul.

L'intérêt croissant porté à la propriété intellectuelle (son rôle économique, ses usages) dans la littérature en économie et en management s'explique par les mutations importantes qui ont marqué cette branche du droit depuis les années 1980, d'abord aux Etats-Unis puis dans le reste du monde. Aux Etats-Unis tout d'abord, la création de la Court of Appeals for the Federal Circuit, permet aux détenteurs de brevets de mieux faire valoir leurs droits, les rendant ainsi plus attractifs (Jaffe, 2000). Le Bayh Dole Act de 1980 donna la possibilité aux universités et centres de recherches de breveter les inventions réalisées avec des fonds publics (Mowery et al., 2001). Le même type de loi a été développé dans d'autres pays, comme la France à la fin des années 1990 (Laperche, 2002), transformant ainsi les institutions universitaires et de recherche en « quasi-firmes » (Etzkowitz, 2003). Deux autres changements fondamentaux expliquent l'intérêt croissant porté à la propriété intellectuelle et plus particulièrement aux brevets. Le premier consiste dans l'élargissement de la brevetabilité à de nouveaux domaines scientifiques et techniques (les biotechnologies et les technologies de l'information) (Eisenberg, 2000 ; Kortum et Lerner, 1999). Le second correspond à l'élargissement géographique du champ d'application de la propriété intellectuelle avec la signature de « l'accord sur le droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce » lors de l'Uruguay Round du Gatt en 1994. Cet accord impose à tous les pays signataires de l'OMC de respecter des règles communes en matière de propriété intellectuelle (Cockburn & Lanjouw, 2000).

Il a résulté de ces changements, associés à une concurrence mondialisée et fondée sur l'innovation, un accroissement très important du nombre de brevets déposés, principalement dans les trois grands offices de propriété industrielle (Etats-Unis, Japon, Europe). Les nombreux travaux sur les rôles de la propriété intellectuelle dans les entreprises permettent de dresser une liste des principaux objectifs qui poussent les entreprises à les utiliser (voir pour des synthèses Gallini, 2002 ; Scotchmer, 2004 ; Crevoisier et al., 2004; Hanel, 2006) (tableau 3)

Tableau 3 : Les raisons du recours à la propriété intellectuelle (en particulier au brevet)

Protection contre l'imitation (dissuasion contre la copie et/ou procès pour contrefaçon)
Incitation à l'investissement en R&D par la rentabilisation des investissements (fabrication et ventes de produits protégés et/ou ventes de licences d'exploitation)
Outil de négociation (dans les relations partenariales et ou avec les institutions de financement)
Image/réputation de l'entreprise
Mesure de la performance interne de l'entreprise / valorisation de l'entreprise
Bloquer les concurrents / renforcer les barrières à l'entrée

En effet, le recours au brevet s'explique principalement par leurs effets incitatifs sur l'innovation. Le monopole temporaire conféré par l'Etat permet à son détenteur de le *protéger contre l'imitation* en dissuadant des tiers de copier l'invention technique ou en défendant son brevet en cas de copie par le biais d'un procès en contrefaçon. Ceci est également valable pour une marque, un modèle industriel ou encore un droit d'auteur. Cette protection contre l'imitation permet ainsi de *rentabiliser les investissements* réalisés pour mettre au jour

l'invention. En l'absence de brevets, les entreprises, craignant la copie de leur invention dès sa diffusion sur le marché, adopteraient un comportement attentiste, lequel serait préjudiciable tant sur les plans microéconomique que macroéconomique. En effet, les liens entre progrès technique et croissance économique ont clairement été mis en avant dans l'analyse économique contemporaine (les théories de la croissance endogène, voir Aghion, Howitt, 1998) et l'inventivité des entreprises doit alors être stimulée, en particulier par l'Etat (par le biais de l'octroi de brevets d'invention, mais aussi par la prise en charge des coûts irrécouvrables par les investisseurs privés : l'enseignement de base, la recherche fondamentale, etc.).

La *rentabilisation des investissements* s'effectue soit directement, par la fabrication et la vente par le détenteur du titre de propriété industrielle des produits protégés, soit par la signature d'accords de licences. L'invention, mais cela est aussi valable pour le nom, la forme ornementale, ou encore les droits patrimoniaux d'un auteur, est exploitée par un tiers, lequel reverse une redevance au propriétaire du titre ou droit de propriété intellectuelle.

Les titres de propriété intellectuelle sont aussi utilisés comme *outils de négociation* dans les relations partenariales qui marquent les activités de R&D. Dans le contexte actuel d'innovation collaborative (voir Hamdouch et al, 2008), ce rôle a acquis une grande importance pour les entreprises engagées dans des contrats de coopération entre entreprises. Ils servent aussi, notamment aux petites entreprises innovantes, de garanties pour obtenir des financements (auprès de banquiers ou de sociétés de capital-risque).

Vis-à-vis des consommateurs, la détention d'un brevet donne aussi une *image* positive de l'entreprise. L'obtention d'un brevet est par exemple un gage de qualité sur le plan technique, la marque signale les produits ou services d'une entreprise ; ce qui accroît la *réputation* de l'entreprise. Cet argument est également valable au sein des réseaux de firmes, où les co-contractants recherchent la signature de contrats de coopération en minimisant les coûts de transaction. La détention d'un titre de propriété intellectuelle joue dans ce cas comme un signal démontrant la qualité du co-contractant.

Les brevets sont utilisés à des fins stratégiques dans les stratégies des grandes firmes surtout. *Bloquer l'entrée de concurrents* sur les marchés et /ou utiliser les brevets comme leurre font partie de cette utilisation stratégique. Une entreprise dépose un ou plusieurs brevets dans une piste technologique sans ambition d'exploiter les inventions mais uniquement pour bloquer les investissements des concurrents (« brevets sous marins », les brevets pourront émerger face à une entreprise qui se lance à son tour dans cette voie) ou pour donner l'impression à ses concurrents qu'elle s'engage dans une voie technologique alors qu'elle en explore une autre (« brevets leurres »). Dans tous les cas, le brevet crée des barrières à l'entrée et renforce les entreprises en situation d'oligopole. Les pratiques de mise en commun des brevets (« pools de brevets ») entre entreprises dominantes appartenant à un même secteur d'activité renforcent les barrières à l'entrée et la domination scientifique et techniques de ces entreprises (pour une synthèse sur ces points, voir Laperche, 2008).

La hiérarchie de ces objectifs n'est ni fixe, ni immuable et varie selon un grand nombre de facteurs, comme la taille de l'entreprise, le secteur d'activité concerné, le type de création protégée, le caractère plus ou moins innovant de l'entreprise, la structure du marché et l'état de la concurrence (Hanel, 2006). Il apparaît cependant que les grandes entreprises, du fait de leurs moyens financiers, sont plus à même d'utiliser les droits de propriété industrielle dans un but stratégique (pour leurrer les concurrents par exemple) que les petites, qui disposent de

moins de ressources financières. Pour celles-ci, la protection contre l'imitation, la réputation et l'usage de la propriété intellectuelle comme outil de négociation peuvent apparaître comme des objectifs plus naturels (Crevoisier et al., 2004). La valorisation de l'entreprise (en Bourse notamment) et la vente de licences sont toutefois des objectifs affichés des petites entreprises de hautes technologies.

Rares sont les études portant sur l'usage de la propriété intellectuelle dans les entreprises artisanales. C'est l'objet de l'étude que nous présentons dans les deux parties suivantes. Les petites entreprises artisanales innovantes font-elles un usage spécifique de la propriété intellectuelle ?

2. ENQUETE AUPRES D'ENTREPRISES ARTISANALES INNOVANTES

2.1. Méthodologie

Comme la protection de la propriété intellectuelle est peu utilisée dans les entreprises artisanales, l'identification des entreprises ayant eu recours à la propriété littéraire et artistique (droit d'auteur) et à la propriété industrielle (brevets, marques, modèles essentiellement) a résulté de la mobilisation d'un réseau social. Nous avons ainsi bénéficié du soutien de l'Institut Supérieur des Métiers et notamment de son directeur adjoint, lequel nous a mis en contact directement avec des entreprises artisanales innovantes ou avec les cadres chargés de l'innovation dans les chambres de métiers des différentes régions françaises. Certains artisans ou anciens artisans nous ont aussi fait bénéficier de leur carnet d'adresses¹. Ces démarches nous ont permis d'identifier 24 entreprises artisanales françaises ayant eu recours dans leur activité à la protection de leur propriété intellectuelle. Ces 24 entreprises constituent notre population d'entreprises étudiées dans cet article.

6 entreprises n'ont pas participé à l'enquête, soit parce qu'elles ne l'ont pas souhaité car elles manquaient de temps, soit parce qu'elles n'ont pu être jointes, ou encore parce qu'elles considéraient que la réponse à l'enquête constituait une menace pour la sauvegarde de leur patrimoine intellectuel (une seule entreprise a fourni cette réponse). Nous avons réalisé 16 entretiens exploitables sur la période juillet 2008 - mai 2009. Ceux-ci se sont déroulés par téléphone et ont duré de 30 minutes à 1 heure et 30 minutes. Un guide d'entretien, reproduit ci-dessous, a servi de base à la discussion. Il a pour objectif de mettre en avant la question de l'importance de la protection du patrimoine intellectuel de l'entreprise artisanale, les rôles de la propriété intellectuelle dans l'entreprise, le contexte dans lequel la propriété intellectuelle a été utilisée. Le contexte est ici entendu au sens large : il comprend notamment le contexte stratégique de l'entreprise (état de la concurrence, moment particulier de la vie de l'entreprise : la création de l'entreprise, la création d'un nouveau produit, l'ouverture d'un nouveau marché, par exemple), mais aussi le rôle joué par l'environnement institutionnel (Chambre de métiers, institutions d'aides à la création de l'entreprise) dans la définition et la mise en œuvre de la stratégie de protection du patrimoine intellectuel de l'entreprise.

¹ Nous remercions particulièrement Claude Fournier (ISM juque 2008 et membre du Réseau de Recherche sur l'Innovation), Olivier Contant (Cabinet Id2e), Jean-Pierre Job (Chambre des métiers du Nord), Ludovic Lorrillard (Normandie), Imad Abbas (Pôle Innovation-travail des métaux), Jean-Marc Coppin (Club Artisanat Université Nord/Pas-de-Calais).

Encadré 2 : Guide d'entretien Artisanat et propriété intellectuelle

- 1- Secteur d'activité de l'entreprise – date de création – Localisation
- 2- Pensez-vous que pour une entreprise artisanale, il est important de protéger son patrimoine intellectuel (ses inventions, ses savoir-faire, ses tours de main, ses informations), oui/non, pourquoi ?
- 3- Quelle est votre expérience dans l'usage des outils (droits, titres) de propriété intellectuelle (évaluation aussi de la connaissance des différents outils de protection)
 - Brevet d'invention
 - Certificat d'utilité
 - Enveloppe Soleau
 - Marque
 - Modèle industriel
 - Droit d'auteur
 - Secret
 - Autre (...)
- le cas échéant : nombre, date de dépôt, pour quelle invention, produit, service...
- 4- Quelle(s) raison(s) vous ont poussé à recourir à une protection de la propriété intellectuelle
- 5- Quel(s) avantage(s) de la stratégie (de l'outil) utilisée ?
- 6- Quelle(s) limite(s) ?
- 7- Comment cette stratégie de protection de la propriété intellectuelle a-t-elle été financée ?
- 8- Avez-vous bénéficié d'appui pour mettre en place une stratégie de protection de la propriété intellectuelle : si oui, par quel canal ?
- 9- Relations entre DPI et incitation à la créativité, à l'innovation
- 10- Renseignements sur le créateur d'entreprise : Age, formation

2.2. Profil des entreprises interrogées

Les entreprises que nous avons interrogées sont réparties dans différentes régions françaises. La plupart se trouvent dans les régions Basse Normandie (7) et Nord/Pas-de-Calais (5), puis dans la région Provence Alpes Côte d'Azur (2), Poitou Charente (1) et Lorraine (1). La plus forte proportion d'entreprises de Basse Normandie s'explique par un travail préliminaire important réalisé par la Chambre de métiers de cette région, qui a recensé sur un site Internet (<http://www.innover.fr>) ses entreprises innovantes, que nous avons pu ainsi contacter facilement. Les entreprises du Nord/Pas-de-Calais sont aussi bien représentées dans notre population et nous avons bénéficié ici d'un effet réseau, puisque les membres du club artisanat-université nous ont orienté vers un certain nombre d'entreprises correspondant au profil recherché (c'est-à-dire ayant fait usage de la propriété intellectuelle).

6 des entreprises que nous avons interrogées ont été créées au cours des années 2000 et 6 autres au cours des années 1990. 2 ont été créées dans les années 1980, une dans les années 1970 et une dans les années 1960. Ce sont pour la plupart des primo créations (13) et 3 sont des reprises d'entreprises familiales. La plus ancienne avait été créée en 1928 et la plus récente en 2008.

La plupart des entreprises qui composent notre population a un effectif total de moins de 10 personnes et 5 d'entre elles sont uniquement constituées du ou des gérants. Une entreprise a un effectif de 30 personnes mais il s'agit d'une entreprise qui, tout en restant inscrite comme entreprise artisanale, a été transformée en société. Les gérants interrogés ont pour la plupart entre 40 et 60 ans. 3 ont moins de 40 ans et le plus jeune à 27 ans. Deux ont plus de 60 ans (l'un est à la retraite mais suit toujours l'activité de son entreprise transmise récemment à ses enfants).

Si l'on utilise le classement des métiers artisanaux en 6 grands domaines (bâtiment, alimentation, travail du bois, travail des métaux, autres fabrications, réparation et services), la plupart de nos entreprises sont classées dans « autres fabrications » (8) alors que 3 se trouvent dans le domaine réparation et services. Les autres se répartissent entre l'alimentation (2), le bâtiment (1), le travail des métaux (1), le travail du bois (1).

Les entreprises interrogées sont innovantes sur le plan technique, soit par la mise sur le marché de produits nouveaux, soit par la mise au point et l'usage d'une technique spécifique. Les innovations techniques réalisées sont présentées dans le tableau ci-dessous.

Encadré 3 : Types d'inventions techniques (produit ou procédé)
Imprimerie d'art (dorure)
Sablage sur verre
Machine permettant d'emballer les bouquets de fleurs « bulle »
Echappement sur mesure en inox
Simulateur de pilotage automatique
Engin téléopéré destiné à l'imagerie aérienne
Distributeur automatique de pizzas fraîches
Treuil hydraulique pour remorquer les bateaux
Yaourt universel pour chevaux
Profils moulurés en bois
Robot distributeur d'aliments (pour animaux) piloté par ordinateur et machines destinées à la traite (plate forme de traite)
Parapluie résistant au vent
Robot d'enroulement filamenteux
Béton de bois et panneaux de bois à base de béton de bois
Moulage à base de résines thermodurcissables : simulateurs de chirurgie
Boisson artisanale à base de plantes – Procédé de fabrication

Toutes ces innovations techniques n'ont pas la même portée, sur le plan du niveau technologique qu'elles impliquent (haute technologie ou moyenne faible technologie), de la taille du marché (local, national, international) ou encore du degré de nouveauté (invention totalement nouvelle, ou encore remise au goût du jour des savoir-faire anciens). Ces paramètres vont avoir un impact sur le type de titre ou de droit de propriété intellectuel utilisé. Nous avons alors eu recours à différentes classifications permettant de classer les entrepreneurs interrogés en fonction du type d'innovation mise en œuvre. Nous utilisons la classification des types d'entrepreneur développée par S. Boutillier et D. Uzunidis (1996, 2000). Ces auteurs distinguent trois types d'entrepreneurs en fonction du potentiel de ressources (composé des ressources financières, scientifiques et techniques et relationnelles) :

- *L'entrepreneur technologique* est un entrepreneur révolutionnaire au sens de Schumpeter. Son invention est fondée sur la science et la technologie et elle est développée sur la base d'un potentiel de ressources important. Il s'insère dans des réseaux formels et informels très développés.
- *L'entrepreneur traditionnel* a une activité beaucoup plus routinière, basée sur un savoir-faire accumulé. Le potentiel de ressources est plus faiblement développé et se base sur des relations informelles.
- *L'entrepreneur de proximité* exploite une niche de marché spécifique, qui n'est pas nécessairement fondée sur un progrès scientifique et technologique important. Il peut s'agir d'adaptation sur mesure aux besoins de la clientèle ou encore d'une remise au goût du savoir de savoir-faire anciens et peu utilisés. Son potentiel de ressources peut être assez riche, notamment sur le plan scientifique et technique ; il s'appuie sur des relations formelles et informelles de proximité.

La typologie des innovations artisanales développée par J.C. Boldrini et al. (2007, 2009) peut être couplée avec cette typologie des entrepreneurs : La « *conception innovante* » (Réelle rupture, nouveau concept) est mise en œuvre par l'entrepreneur technologique. L'« *innovation poussée, importée* » (changement de technologie) peut être mise en œuvre par l'entrepreneur technologique ou par l'entrepreneur de proximité. L'« *activité sur mesure* » (agencement de connaissances existantes et de nouvelles connaissances) est surtout le fait de l'entrepreneur de proximité. Enfin, l'« *activité routinière* » (agencement nouveau de

connaissances existantes) est le fait de l'entrepreneur traditionnel. Nous ajoutons une dernière catégorie à ces types d'innovation, qui est « *la réinvention* » (ou remise au goût du jour de savoir-faire anciens et aujourd'hui peu utilisés). Ce type d'innovation se distingue de l'activité routinière dans la mesure où les techniques mobilisées ne sont aujourd'hui plus utilisées². Les entreprises/activités d'innovations étudiées dans cet article sont surtout des entrepreneurs technologiques et des entrepreneurs de proximité, menant des activités de conception innovante, des activités sur-mesure et de réinvention (voir Tableau 4).

Tableau 4 : Type d'entrepreneur et type d'activité

Type d'entrepreneur	Entrepreneur technologique	Entrepreneur traditionnel	Entrepreneur de proximité
Type d'activité			
Conception innovante - Haute technologie	<i>Pilote</i> (simulateur de pilotage automatique) <i>Galilée</i> (engin téléopéré destiné à l'imagerie aérienne) <i>4 saisons</i> (distributeur automatique de pizzas fraîches) <i>Jolie vache</i> (Robot distributeurs d'aliments pour animaux pilotés par ordinateur et de traite) <i>Kayak</i> (machine d'enroulement filamenteuse) <i>Terrentius</i> (simulateurs de chirurgie)		
Conception innovante - Moyenne et basse technologie	<i>Marguerite</i> (bouquet bulle) <i>Mille sabords</i> (treuil hydraulique pour bateau) <i>Tornado</i> (yaourt universel pour chevaux) <i>Cherbourg</i> (parapluie résistant au vent) <i>Imhotep</i> (béton de bois)		
Innovation poussée			
Activité sur mesure			<i>Céleste</i> (sablage sur verre) <i>Trophée</i> (Echappement sur mesure en inox) <i>Saint-Amand</i> (profils moulurés en bois)
Activité routinière			
Réinvention			<i>Gutenberg</i> (imprimerie d'art) <i>Pissenlit</i> (boisson artisanale à base de plantes)

Nb : Les noms des entreprises (en italique) ont été modifiés pour assurer la confidentialité des informations.

3. PRINCIPAUX RESULTATS

3.1. La constitution et la protection du patrimoine intellectuel

3.1.1. La constitution du patrimoine intellectuel

Dans les entreprises que nous avons interrogées rares sont celles qui organisent de manière systématique et stratégique leur ensemble d'informations et de connaissances. Dans la majorité des cas, les entreprises ont conscience de détenir des compétences, un savoir-faire...

² En effet, pour Boldrini et al. (2009), l'activité routinière « mobilise les compétences disponibles et s'appuie sur les pratiques courantes », p.9.

en d'autres termes un « patrimoine intellectuel ». Mais la mise en œuvre d'une stratégie de constitution d'un « capital savoir » est très rare.

Elle existe toutefois dans deux entreprises parmi celles interrogées. L'une, *Saint-Amand* est classée parmi les entrepreneurs de proximité ayant une activité sur mesure (la production de profils moulurés en bois et de menuiserie à destination du négoce professionnel et du grand public), l'autre *Jolie Vache* est classée parmi les entrepreneurs technologiques menant une activité de conception innovante dans les hautes technologies.

Saint Amand est un peu un cas à part. Entreprise née en 1952 comme menuiserie, elle a été reprise par l'actuel dirigeant, transformée en société et compte aujourd'hui un effectif de 30 personnes. L'entrepreneur a une vision dynamique de son activité et a structuré un service de R&D « processus et innovation » pour mettre en valeur les compétences internes. Il collabore avec des institutions extérieures afin de capter des compétences externes : dans la recherche amont avec un centre de ressources des industries du bois mais aussi avec une autre entreprise pour la mise au point d'un produit bi matière (bois massif et composé plastique). Le budget de R&D se construit au fur et à mesure que l'entreprise décide de développer de nouveaux produits et est estimé à environ 5% du chiffre d'affaires. Ce dirigeant considère aussi que sa double formation scientifique (Bac +5, CNAM) et de gestion (IAE) et son expérience professionnelle pendant 10 ans dans l'industrie chimique jouent un rôle dans la stratégie de constitution du « capital savoir ».

Pour *Jolie Vache*, entreprise d'un effectif total de 8 personnes qui développe des machines agricoles automatisées, l'innovation est au cœur du fonctionnement de l'entreprise et cela suppose l'attribution de moyens conséquents. Le gérant estime ainsi y consacrer régulièrement 20% de son chiffre d'affaires. Le gérant, titulaire d'un CAP et ayant suivi les cours du CNAM se dit « passionné par la technologie et le dessin industriel ». Il s'est entouré de deux informaticiens employés à temps plein et a développé des coopérations avec des partenaires extérieurs et notamment des lycées spécialisés en ingénierie avec qui l'entreprise entretient de bonnes relations (accueil de stagiaires).

Dans les autres entreprises, le renforcement du patrimoine intellectuel est plus informel. L'entreprise de maintenance industrielle *Kayak* s'est peu à peu tournée vers une activité plus innovante utilisant le procédé de l'enroulement filamentaire. Elle a d'abord créé des pagaies utilisant ce procédé pour l'activité de Canoë kayak et elle consacre dorénavant une part plus importante de son activité à la conception de machines d'enroulement filamentaire. L'entreprise estime ainsi consacrer une part importante de son CA à la R&D mais de manière discontinue. Ainsi 25% de son CA aurait été consacré à la R&D en 2007, puis beaucoup moins en 2008 où les efforts se sont portés sur la commercialisation. En 2009, à nouveau, l'entreprise entend y consacrer environ 20% de son chiffre d'affaires.

C'est donc en fonction des besoins et des contraintes qui se présentent, au coup par coup, et non de manière systématique, que le patrimoine intellectuel cherche à être renforcé. Le cas de *Marguerite* est illustratif à cet égard. *Marguerite*, classée dans la catégorie « entrepreneur technologique menant une activité de conception innovante dans les moyennes-basses technologies » a été créée en 2008 par deux frères qui possédaient déjà une fleuristerie (vente de fleurs sur les marchés). *Marguerite* a été créée pour exploiter une invention développée par l'un des gérants, qui consiste en une machine disposant d'un mécanisme de serrage permettant d'emballer les bouquets bulles. Les premières phases d'exploitation commerciale de cette invention s'avèrent difficiles, notamment en raison de son design. « Si les hommes

disent que c'est un bon produit, les femmes, elles, n'aiment pas la machine, qu'elles ne trouvent pas esthétique », déclare le gérant. Il a donc, face à cette contrainte, recherché des collaborations extérieures pour améliorer cette invention, notamment par le biais d'un Institut de Design qui travaille actuellement sur l'amélioration de l'apparence de la machine, afin qu'elle s'adapte bien chez les fleuristes (qui sont souvent des femmes).

3.1.2. L'intérêt de la protection du patrimoine intellectuel

Les entreprises interrogées accordent en général une importance assez forte à la protection du patrimoine intellectuel. C'est surtout le cas des entrepreneurs technologiques menant des activités de conception innovante dans les domaines de hautes et de basses technologies. Cette protection permet par exemple de « délimiter les problèmes en cas de litige » (*Jolie Vache*), de « protéger l'entreprise contre la concurrence et de valoriser l'entreprise en cas de cession » (*4 Saisons*).

Pourtant, de nombreuses entreprises, y compris dans cette catégorie, considèrent que l'intérêt de la protection du patrimoine intellectuel dépend de plusieurs paramètres, comme la taille du marché, l'échelle de la production, la nature de l'idée. *Terrentius* par exemple, spécialisée dans la production de simulateurs de chirurgie, considère que la taille du marché est un élément déterminant dans le recours à des modes sophistiqués de protection. Dans cette optique, la protection est incontournable si l'entreprise est exportatrice, ce qui est le cas de *Terrentius*. Si le marché est local, c'est nettement moins important. Pour *Mille sabords*, dont l'entrepreneur a eu l'idée d'associer un treuil hydraulique à un système de remorque afin de faciliter le remorquage des bateaux, « tout dépend de la nature de l'idée et de la taille du marché ». S'il s'agit d'un petit marché, le brevet ne sera pas forcément rentable, d'autant que la possibilité qu'il soit dévié existe. C'est aussi le point de vue du dirigeant de *Saint Amand*, qui a vu son entreprise grandir en taille. Pour les petites entreprises, explique-t-il, la protection du patrimoine intellectuel n'est pas forcément nécessaire car l'entreprise est souvent partie prenante d'un réseau de proximité. Au sein de celui-ci, les clients et/ou les concurrents perdraient davantage en réputation qu'ils ne gagneraient en copiant les inventions ou les savoir-faire des autres membres du réseau. Pour les PME de plus grande taille, comme dans le cas de *Saint Amand* qui travaille avec des entreprises de la grande distribution, la protection du patrimoine intellectuel est fondamentale et devient une arme de dissuasion (nous y reviendrons).

Pour les autres entrepreneurs de proximité, la protection du patrimoine intellectuel (ou de certains de ses éléments) par des moyens formels n'est pas toujours utile. Parfois, la complexité de l'invention peut suffire à assurer la protection de certains éléments du patrimoine intellectuel. C'est le cas par exemple pour *Pissenlit*, entreprise de production de boissons artisanales à base de plantes (rhubarbe, noix, pissenlit, rose, menthe poivrée). L'entreprise qui a réinventé des recettes oubliées, détient un savoir-faire spécifique et complexe qui « ne peut être expliqué sur une feuille de papier » et n'est donc pas disponible dans le brevet qu'il a par ailleurs déposé sur le procédé de fabrication du vin de pissenlit. *Gutenberg* également utilise des savoir-faire connus depuis longtemps (comme la dorure) et qui ont tendance à se perdre. La propriété intellectuelle n'est pas alors utilisée pour protéger ce savoir-faire, mais davantage (notamment la marque) comme outil de promotion. *Trophée* est une entreprise qui produit des échappements sur mesure en inox et qui a appliqué les techniques de la chaudronnerie à ce matériau. Pour son dirigeant, la divulgation de ce savoir-faire s'intègre également dans sa stratégie commerciale, car elle lui assure une réputation qui pourra se transmettre par bouche à oreille. *Céleste*, entreprise de décoration d'objets par

sablage, divulgue aussi certains éléments de son savoir-faire sur son site Internet; ce savoir-faire est un « argument commercial ».

3.2. Les usages de la propriété intellectuelle dans les entreprises artisanales

3.2.1. Les modalités de protection du patrimoine intellectuel

Les entreprises que nous avons interrogées accordent en général (notamment les entrepreneurs technologiques menant une activité de conception innovante mais pas uniquement) une grande importance à la protection de leur patrimoine intellectuel. Elles ont recours pour cela à la protection de la propriété intellectuelle dans leur activité (mise à part *Trophée*, seule entreprise, n'y recourant pas. Nous l'avons tout de même gardée dans notre population, en estimant qu'elle est représentative d'un grand nombre d'artisans³).

Les entreprises artisanales utilisant la propriété intellectuelle constituent de véritables portefeuilles de protection, dans le sens où plusieurs outils sont utilisés conjointement ; ce qui est tout à fait comparable aux stratégies des entreprises de grande taille (voir Laperche, 2007). Ainsi, plusieurs des entreprises que nous avons interrogées utilisent conjointement les enveloppes Soleau⁴, les brevets, les dessins et modèles, les marques et le secret pour certains éléments du patrimoine intellectuel.

Par exemple *4 saisons*, entreprise spécialisée dans la production de distributeurs automatiques de pizzas fraîches, protège le nom de son produit pas une marque, certaines fonctionnalités du robot par le secret et prévoit le dépôt d'un brevet sur l'une des fonctionnalités en cours de développement. *Galilée* est une entreprise créée en 2000 et spécialisée dans la fabrication d'engins téléopérés destinés à l'imagerie aérienne. Cette entreprise a développé une stratégie de protection de son patrimoine intellectuel assez ambitieuse. Ses dirigeants ont déposé un brevet en 2003 portant sur un « engin volant radiocommandé » destiné à la prise de vue aérienne, qui a été confirmé en 2004. Puis ils ont entamé une procédure de dépôt de brevet international (PCT)⁵ concernant les Etats-Unis et l'Europe, à laquelle ils ont finalement renoncé. Les dirigeants ont aussi déposé une marque en 1999, soit peu de temps avant la création de l'entreprise. Les enveloppes Soleau sont aussi très utilisées par l'entreprise afin de protéger des idées et concepts, en préalable à un éventuel développement : « Il y en a plusieurs dans les tiroirs », déclare le gérant. Le droit d'auteur est aussi intégré dans les contrats commerciaux pour la protection des images. Enfin les contrats de confidentialité sont aussi utilisés pour les savoir-faire.

La constitution d'un portefeuille de protection n'est pas le seul fait des entrepreneurs technologiques développant des activités de conception innovante dans les hautes technologies. *Cherbourg* est par exemple classée parmi les entreprises innovantes de moyennes/basses technologies. Pour protéger le parapluie qu'ils ont inventé, renforcé d'une double toile à son sommet et muni de baleines en acier trempé permettant de le rendre résistant au vent (appelé Passvent), les dirigeants ont utilisé une enveloppe Soleau, une marque et des dessins et modèles. Un dépôt de brevet a été envisagé mais ce projet n'a finalement pas abouti. *Tornado*, classée dans la même catégorie est une entreprise créée en

³ En effet, comme nous l'avons vu plus haut l'usage de la propriété intellectuelle pour protéger les innovations des entreprises de petite taille n'est pas la norme.

⁴ Nous reviendrons en détail sur la définition et le rôle des enveloppes Soleau dans le point suivant. Pour la définition voir l'encadré 4.

⁵ PCT: Patent Cooperation Treaty

1998 et elle utilise de manière de plus en plus fréquente les droits de propriété intellectuelle, à mesure du développement (notamment international) de son activité. L'entreprise a ainsi déposé une marque en 2008. Elle utilise aussi régulièrement des enveloppes Soleau pour protéger ses formules. La première fut déposée en 2006 et une dizaine étaient en cours de dépôt au moment de notre enquête. Un projet d'innovation est en cours et donnera lieu vraisemblablement à un dépôt de brevet européen en 2009 pour un yaourt universel pour les chevaux (l'invention se situant dans le procédé de conservation).

De même, *Saint-Amand* et *Céleste*, entreprises classées parmi les entrepreneurs de proximité menant une activité sur mesure, ont également recours à des formes variées de protection de leur patrimoine intellectuel. *Saint Amand* utilise en nombre important les dessins et modèles (une cinquantaine depuis 1997) pour protéger les nouveaux profils moulurés. Récemment l'entreprise a embauché un dessinateur industriel avec l'idée de faire le tri dans les dépôts de dessins et modèles existants et de lancer une nouvelle vague de dépôts sur les nouveaux modèles proposés. L'entreprise a déposé une marque et envisage le dépôt d'une seconde. Une enveloppe Soleau a été déposée en 2008 à partir d'une esquisse. L'invention qu'elle contient mériterait, selon le dirigeant, un dépôt de brevet, ce qui nécessite un financement conséquent. *Céleste*, entreprise créée en 1994 est spécialisée dans la décoration d'objets par la technique du sablage. Comme nous l'avons dit précédemment, certains éléments non stratégiques, expliquant la spécificité de la technique du sablage, sont divulgués sur le site Internet de l'entreprise, participant à sa stratégie commerciale. Concernant d'autres aspects de la technique de sablage, la question s'est posée du choix entre brevet et secret mais c'est le secret qui a finalement été préféré, ce qui est rendu possible par l'absence actuelle de salariés dans l'entreprise. L'entreprise a eu jusque 3 salariés et ceux-ci étaient liés à l'entreprise par le biais de contrats de confidentialité. La gérante de l'entreprise a également déposé une marque et utilise des enveloppes Soleau pour obtenir une date d'antériorité sur ses créations de collections d'art de la table. Mais ceci n'a pas toujours été réalisé de manière systématique. Un des dessins réalisés sur un verre a été ainsi repris illégalement par une grande marque. La gérante a pu démontrer son antériorité grâce à un article de magazine ; ce qui a conduit à un retrait du marché de toute la marchandise concernée.

La mise en œuvre d'une stratégie de protection du patrimoine intellectuel s'insère dans les entreprises que nous avons interrogées dans un nouveau développement de l'entreprise, bien sûr la mise au point et la commercialisation d'un nouveau produit mais aussi dans certains cas l'extension de l'activité à l'international. *Céleste* par exemple a mis en œuvre sa stratégie de protection quelques années après sa création, alors qu'elle cherchait à ouvrir de nouveaux marchés à l'international. L'entreprise a en effet participé durant 8 années au salon international « maison et objet » qui lui donnait la possibilité d'envisager un tel déploiement. Ses collections étaient alors vendues dans des boutiques du monde entier. C'est le cas aussi pour *Terrentius*, qui exporte dans plusieurs pays européens. Pour *Saint Amand* c'est le positionnement de l'entreprise sur un marché où les clients ont une taille importante (les enseignes de grande distribution) qui a justifié le recours plus systématique à la propriété intellectuelle, car selon le dirigeant « il était nécessaire d'avoir des moyens de dissuasion ».

Dans la grande majorité des entreprises que nous avons interrogées, les chambres de métiers et les institutions d'aides à l'innovation comme OSEO ont appuyé le développement des innovations, de même que la protection du patrimoine intellectuel. La Chambre de métiers joue le rôle d'accompagnement, de recherche d'interlocuteurs clés pour les activités d'innovation et de protection du patrimoine intellectuel. Oseo, mais aussi parfois les institutions régionales viennent en aide aux innovateurs (prêts à taux zéro, aides diverses). Dans le cas où les outils de protection sont peu coûteux comme dans le cas des enveloppes

Soleau ou encore des dessins et modèles et les marques, les entreprises utilisent toutefois leurs propres ressources.

3.2.2. Rôles, avantages et inconvénients de la propriété intellectuelle

Il est intéressant de noter qu'une part importante des entreprises que nous avons interrogées (7 d'entre elles) ont eu recours aux enveloppes Soleau (voir encadré 4), outil qui apparaît particulièrement adapté aux petites entreprises, notamment comme complément au secret.

Encadré 4: L'enveloppe Soleau

L'enveloppe Soleau, du nom de son créateur, permet de constituer une preuve de création et de donner une date certaine à une idée ou un projet. Elle fait valoir un droit d'auteur, en datant de façon certaine la création à travers sa description et en identifiant l'auteur. Elle permet aussi de dater une idée, un projet, une invention. Tout en gardant le secret, elle permet donc de dater les projets et inventions avant par exemple de contacter un futur partenaire financier, de déposer un brevet d'invention ou encore au cours d'une phase de recherche développement pour minimiser les conséquences d'éventuelles indiscretions.

Cependant l'enveloppe Soleau ne constitue pas un titre de propriété intellectuelle et il n'en découle donc aucune protection directe. L'enveloppe Soleau ne peut donc pas se substituer au brevet d'invention par exemple, en vertu du régime français dit du « *premier déposant* ». En France en effet, le premier déposant, et non le premier inventeur, sera considéré comme le propriétaire du brevet, peu importe qu'il soit ou non le premier inventeur.

Par le biais du dépôt d'une enveloppe Soleau, le premier inventeur, s'il n'a pas déposé en premier le brevet n'aura donc aucune exclusivité sur son invention. Il pourra toutefois revendiquer un « *droit de possession personnelle antérieure* », qui lui permettra de fabriquer et de commercialiser personnellement l'invention, malgré le monopole du breveté.

Toute personne (auteur, créateur, inventeur) peut déposer une enveloppe Soleau. Elle coûte 15 euros l'unité et est valable 5 ans. Elle est renouvelable une fois. Elle contient deux compartiments, l'un est pour le déposant, l'autre est conservé par l'INPI. Elle peut comprendre une description (texte) ou une reproduction en deux dimensions (schémas, dessins, photos) ; les deux exemplaires étant parfaitement identiques. Une fois remplie, l'enveloppe est pliée et cachetée, identifiée, puis enregistrée et datée (par une perforation au laser) par l'INPI, qui retourne l'un des deux compartiments à l'auteur et conserve l'autre.

En cas de litige, le tribunal compétent est saisi par le contestataire qui demande à l'INPI de désarchiver l'enveloppe pour qu'elle soit produite comme preuve.

Source : INPI « Pourquoi déposer une enveloppe Soleau » ? <http://www.inpi.fr> et Penin J., (2008).

L'enveloppe Soleau est en effet considérée très positivement par les entreprises du fait de son coût modique et sa facilité d'utilisation. Elle permet « de fabriquer et de vendre un produit sans en être empêché » (*Cherbourg*), grâce à la date d'antériorité qu'elle confère. Aucune critique n'est formulée à son égard.

Les titres de propriété intellectuelle contribuent à l'amélioration de l'image et à la réputation de l'entreprise (c'est vrai pour la marque mais aussi pour les dessins et modèles et les brevets). Le brevet donne à l'entreprise une image « innovante », certifie la valeur, offre une traçabilité à une invention et rend l'entreprise crédible. Les droits de propriété intellectuelle donnent donc une reconnaissance sociale et professionnelle.

Les titres de propriété intellectuelle sont aussi davantage considérés comme des outils de dissuasion (empêcher l'imitation) que comme des moyens d'incitation à l'investissement en R&D par la rentabilisation des investissements. « Ne pas se faire déposséder », « ne pas se faire voler l'idée » « conserver pour soi ce que l'on a créé », sont des expressions revenues à plusieurs reprises dans le discours des artisans. La vente de licences est en revanche rarement envisagée, à l'exception de *Marguerite*, qui selon l'évolution de la conjoncture, souhaiterait pouvoir trouver des partenaires commerciaux à l'étranger notamment et signer des accords de licence portant sur la fabrication et la commercialisation des machines destinées à emballer les bouquets « bulles ». Il en est de même pour l'idée de gagner de l'argent grâce au brevet, idée peu soutenue par les artisans qui mettent surtout l'accent sur la nécessité de développer la stratégie commerciale. Pour *Imhotep*, il existe en effet un fossé entre la protection d'une invention et son exploitation commerciale, qui elle aussi nécessite du temps et de l'argent.

Un argument particulier qui ressort dans les rôles joués par la propriété intellectuelle et celui de moyen de valoriser l'entreprise (dans l'optique d'une cession notamment). Cet argument est par exemple développé par le gérant de *Pissenlit* qui s'apprête à céder son entreprise. Il ajoute à l'intérêt personnel qui découlerait de cette cession, l'idée que grâce au brevet qu'il a déposé sur la méthode de fabrication du vin de pissenlit, cela donnera la possibilité à d'autres de continuer. « Il ne faut pas que les savoir-faire se perdent » dit-il. Pour *Tornado*, qui est pourtant en pleine phase de développement de son yaourt universel pour chevaux, la possession d'un brevet valorise l'entreprise et il faut être à l'écoute des marchés et à toute négociation. « Le train ne passe qu'une fois et s'il passe, il faut le prendre ; la détention de brevets peut permettre de le prendre dans de bonnes conditions ». *Imhotep*, qui a inventé un béton de bois permettant une construction facile et rapide d'habitat, a déposé un brevet après avoir gardé le secret sur son invention (en parallèle avec le recours à une enveloppe Soleau). Le brevet a été déposé au nom d'une coopérative qu'il avait créée afin de dynamiser l'artisanat de sa région. Mais lorsque l'inventeur a décidé de prendre sa retraite la coopérative n'a pas survécu. Le brevet a été transformé et est maintenant détenu par son inventeur, qui espère pouvoir le céder dans une optique de continuité et de valorisation de son invention. La propriété intellectuelle est également utilisée comme un appui dans les négociations : *Tornado* l'utilise dans sa négociation avec des laboratoires de grande taille, *Saint Amand* avec les enseignes de la grande distribution.

Cependant dans de nombreux cas, et même si comme nous l'avons vu les artisans construisent des portefeuilles complets de titres et outils de propriété intellectuelle, les atouts de la propriété intellectuelle sont surtout considérés comme théoriques, alors que les limites apparaissent de manière souvent plus réelle dans leur expérience.

Une des premières limites est le coût du recours à la propriété intellectuelle, et notamment au brevet. Certes, des aides existent et les artisans en bénéficient mais ce sont souvent des prêts à taux zéro qu'il faut donc rembourser (*Marguerite, Kayak*). Pour *4 saisons* et *Mille Sabords*, c'est surtout les coûts liés à la rédaction du brevet et au renouvellement du brevet qui posent problème. Ce dernier suggère qu'une simplification des procédures serait nécessaire pour les entreprises de petite taille et notamment la réduction du coût du recours au conseil de propriété intellectuelle. Pourtant, d'autres entreprises comme *Jolie Vache*, insistent sur la nécessité de bien préparer le dépôt de brevet. Un brevet mal rédigé et dont le rapport de recherche ne serait pas suffisamment précis (recherche d'antériorité notamment) n'est pas très utile et peut même être source de difficultés, de litiges. Ayant fait cette expérience le gérant de *Jolie vache* a recours maintenant systématiquement à une société de conseil en propriété intellectuelle où un ingénieur de brevet se charge de rédiger le document qui sera soumis à l'INPI.

De plus, les petites entreprises artisanales rencontreraient de grandes difficultés à se défendre dans le cadre d'un procès en contrefaçon qui les opposeraient à une grande entreprise : dans ce cas, « C'est David contre Goliath », déclare *Saint Amand* (cette opinion est également développée par *Pilote, 4 saisons* et *Jolie vache*). De même, si le copieur est une petite entreprise produisant en petite quantité, le procès ne sera pas non plus rentable (*Pissenlit, Céleste*). Dans tous les cas, cette défense du brevet nécessite un lourd travail de veille, qui n'est pas toujours à la portée des petites entreprises artisanales. Le résultat de ce travail long et coûteux de défense est de plus considéré comme aléatoire : « ce n'est pas une science exacte », déclare *4 saisons*.

Une autre critique réside dans le fait que le brevet diffuse trop d'informations et n'empêche donc pas la copie et d'une certaine manière facilite le contournement du brevet (par ajout de fonctionnalités par exemple) sans qu'un recours en justice soit possible (*Cherbourg, Céleste, Galilée*). Cette idée de facilité de copier est aussi évoquée pour le cas des dessins et modèles : « Un seul changement peut permettre d'obtenir un nouveau dessin et modèle, ce qui réduit son efficacité » (*Pilote*). Cet aspect est cependant contrebalancé par la complexité de l'invention, qui peut permettre de réduire les risques de copie ou de contournement. C'est le cas pour le yaourt universel pour chevaux de *Tornado* ou pour les matières plastiques de *Terrentius* par exemple.

On retrouve ce type de critiques faites au brevet quelle que soit la taille des entreprises (François, Lehoucq, 1998 ; Gallini, 2002, Levin et al, 1997, Cohen et al., 2000) mais pour les entreprises artisanales et les petites entreprises, il faut en contrepartie du coût direct et indirect du brevet, prendre en compte sa rentabilité. Et comme souligné précédemment la taille du marché est un élément clé de cette équation : sur un marché local ou assez confidentiel, le dépôt de brevet n'apparaît pas rentable. « Compte tenu du temps et du coût que représente le dépôt de brevet, il est nécessaire de s'assurer de la supériorité de son invention. De même, le dépôt de brevet apparaît plus facilement rentable dans le cas de la production en grande quantité que l'inverse », selon *Galilée*. « Si le brevet génère des richesses c'est bien ; en revanche, s'il n'est pas exploité, c'est une charge. Mais dans l'espoir d'une valorisation commerciale, les entreprises n'osent pas cesser de payer les annuités », considère *Terrentius*. La faible rentabilité vécue ou présumée conduit à des regrets de la part des artisans qui ont tout de même fait le choix du brevet (*Mille Sabords*) ou encore à l'abandon de l'alternative évoquée un temps du dépôt de brevet national ou de son extension internationale (*Cherbourg, Céleste, Kayak, Galilée*).

CONCLUSION

Notre étude montre que la propriété intellectuelle n'est pas étrangère aux petites entreprises artisanales innovantes. Celles-ci ont pleinement conscience de détenir un patrimoine intellectuel à protéger. Pour autant, elles ne définissent que très rarement une stratégie de constitution de celui-ci et donc de transformation de ce patrimoine en « capital savoir ». Les usages de la propriété intellectuelle dans les entreprises artisanales apparaissent peu différents de celles que l'on peut trouver dans les petites entreprises industrielles ou de services (voir par exemple Crevoisier et al., 2004).

La protection du patrimoine intellectuel va souvent de paire avec la création d'un portefeuille de protection dans lequel sont associés plusieurs outils (les enveloppes Soleau –en lien avec le secret-, les marques, les dessins et modèles et/ou les brevets). C'est le cas notamment (mais pas exclusivement) des entrepreneurs technologiques développant des activités de conception innovante dans les hautes et moyennes/basses technologies. Cette association d'outils correspond à des stratégies menées dans les entreprises de grande taille (Laperche, 2007) (bien entendu, à l'intérieur du portefeuille le nombre de chacun des outils diffère selon la taille de l'entreprise).

La propriété intellectuelle dans l'entreprise artisanale est utilisée de manière plus défensive qu'offensive : elle sert en majorité à dissuader (ou tenter de dissuader) les concurrents (petites ou grandes entreprises) de venir marcher sur les plates bandes de l'entreprise. En revanche, les petites entreprises sont plus sceptiques sur les gains commerciaux résultant de l'usage de

la propriété intellectuelle. Ces gains commerciaux découlent avant tout de la stratégie commerciale et la propriété intellectuelle peut être un appui à cette stratégie mais non un déterminant. Parmi les autres rôles, on trouve bien entendu la réputation de l'entreprise qui se voit amplifiée et renforcée par l'usage de la propriété intellectuelle. Aussi, la détention de titres est considérée comme un atout pour la valorisation de l'entreprise lors de la cession.

Les limites sont surtout centrées sur les brevets, qui sont d'abord recherchés par les entreprises (pour les raisons citées plus haut), puis souvent écartés du fait de leur coût (direct et indirect), de leur efficacité jugée réduite (diffusion d'informations, copie toujours possible) et surtout de leur rentabilité souvent faible (en particulier en raison du marché souvent étroit des entreprises artisanales). Le certificat d'utilité, considéré comme un brevet à l'échelle réduite (moins coûteux, moins contraignant) est méconnu des entreprises interrogées, alors qu'il pourrait répondre à leur souci de protection/réputation à moindre coût (encadré 5).

Encadré 5 : Le certificat d'utilité

Le certificat d'utilité, comme le brevet, est un titre de propriété industrielle, délivré en France par l'INPI et donnant à l'inventeur un monopole sur son invention.

La procédure de délivrance du certificat d'utilité est différente de celle du brevet puisque aucun rapport de recherche n'est établi pour le certificat d'utilité. Les recherches ne sont exigées qu'en cas d'action en contrefaçon. La durée de vie du certificat d'utilité est plus courte, 6 ans (20 ans pour le brevet) moyennant le paiement des annuités.

La demande de brevet peut être transformée en certificat d'utilité (si par exemple les critères de brevetabilité ne sont pas respectés). En revanche une demande de certificat d'utilité ne peut pas aboutir à la délivrance d'un brevet. En raison de l'absence de rapport de recherche, les délais de procédure pour l'obtention d'un certificat d'utilité sont moins longs (6 mois contre 27 mois pour les brevets). Le coût du certificat d'utilité est également moins important que celui du brevet (notons de plus que via les aides de OSEO, le coût des procédures de dépôt est réduit pour les personnes physiques, les petites et moyennes entreprises et les organismes à but non lucratif à hauteur de 50% du coût total).

Les certificats d'utilité sont considérés comme particulièrement indiqués pour les PME qui apportent des améliorations mineures à des produits existants ou les adaptent légèrement. Ils s'intègrent en particulier dans une stratégie d'image et de dissuasion (du fait du monopole conféré par l'INPI) mais sont fragiles sur le plan juridique, en raison de l'absence du rapport de recherche.

Pour plus d'informations : <http://www.inpi.fr>

C'est sans doute une piste à suivre pour les Chambres de métiers qui jouent un rôle majeur dans la définition de la stratégie de protection du patrimoine intellectuel des entreprises artisanales, en les informant et les insérant dans les réseaux de professionnels (conseils en propriété intellectuelle, institut national de la propriété industrielle, institutions d'aides à l'innovation).

Pour finir, les entreprises interrogées ne considèrent pas que la propriété intellectuelle soit un moteur de l'innovation (ce qui confirme d'ailleurs les résultats de l'enquête quantitative sur l'innovation dans les entreprises artisanales menée par l'ISM en 2008 puisque seulement 7% des entreprises interrogées considéraient alors que l'acquisition de droits et licences était un facteur à l'origine de l'innovation technologique). Pour les entrepreneurs interrogés, c'est la « bonne idée », la « détection d'un besoin » mêlées à « la passion pour la création » qui sont les moteurs de l'innovation. « L'imagination est plus importante que le savoir », disait Einstein !

BIBLIOGRAPHIE

ACS Z.J., AUDRETSCH D.B. (1990), *Innovation and Small Firms*, MIT Press, Cambridge, MA.

AGHION P., HOWITT (1998), *Endogenous Growth Theory*, MIT Press, Cambridge.

- AUDRETSCH D.B. (2002), The dynamic role of small firms: evidence from the US, *Small Business Economics* 18 (1-3), pp.13-40.
- BOLDRINI J.C., BRECHET J.P., CHARLES-PAUVERS B., CHENE E., JOURNE-MICHEL H., SCHIEB-BIENFAIT N., URBAIN C. (2009), L'innovation et la conception, les dynamiques au cœur de l'entreprise artisanale, Table Ronde « L'artisanat et le Réseau », Club artisanat-université, Ulco, Dunkerque, Janvier.
- BOLDRINI J.C., JOURNE-MICHEL H., SCHIEB-BIENFAIT N. (2007), Trajectoires d'innovations dans l'entreprise artisanale: une approche évolutionniste fondée sur les ressources et les compétences, XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique, Montréal, 6-9 juin.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (1996), *L'entrepreneur. Une analyse socio-économique*, Economica, Paris.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (2000), Les dimensions socio-économiques et politiques de l'entrepreneur, in VERSTRAETE T. (dir), *Histoire d'entreprendre*, EMS Management & société, pp.21-32.
- CMA (Chambres de métiers et de l'artisanat) (2009), *Portail de l'artisanat*, <http://www.artisanat.fr>, visité le 2 janvier 2009.
- COHEN W.M., NELSON R.R., WALSH J.P. (2000), Protecting their intellectual assets: appropriability conditions and why US manufacturing firms patent (or not) NBER Working paper 7552
- COCKBURN I., LANJOUW J. (2000), Do patents matter? Empirical Evidence after Gatt, Washington, NBER Working papers n°7495.
- CREVOISIER O., ANGWERD L., TISSOT N. (2004), La propriété intellectuelle et les PME: quels enjeux et quelles pratiques ?, *Revue internationale PME* 18(2), pp.9-41.
- EISENBERG R.S. (2000), Proprietary rights and the norms of science in biotechnology research, in Stephan N.P.-E., David B.A.(eds), *The Economics of Science and Innovation*, vol.1, Elgar Reference Collection, International Library of Critical writings in Economics, vol.117, Elgar, Cheltenham, pp.357-411.
- ETZKOWITZ H. (2003), Research groups as 'quasi-firms': the invention of the entrepreneurial university, *Research Policy*, vol.32, n°1, pp.109-121.
- FORAY D. (2000), *L'économie de la connaissance*, Repères, La découverte, Paris.
- FRANCOIS J.P., LEHOUCQ T. (1998), Les entreprises face à la propriété industrielle, *Le 4 pages Sessi*, n°86, Ministère de l'Industrie.
- GALLINI N.T. (2002), The economics of patents. Lessons from US recent patent Reform, *Journal of economic perspectives*, vol.16, n°2, spring, 131-154.
- INPI (2009), ressources en ligne : <http://www.inpi.fr>
- JAFFE B. (2000), The US patent system in transition: Policy innovation and the innovation process, *Research Policy*, vol. 29, n°4-5, pp.531-537.
- JOLY L., ABITBOL L. (2009), *Les PME déposantes de brevets*, Les dossiers de l'Observatoire de la Propriété Intellectuelle, INPI & OSEO, janvier.
- KORTUM S., LERNER J. (1999), What is behind the recent surge in patenting? *Research Policy*, vol. 28, n°1, 1-22.
- HAMDOUCH A., LAPERCHE B., MUNIER F. (2008), The collective innovation process and the need for dynamic coordination: general presentation, *Journal of innovation Economics*, 2008-2, pp.3-13
- HANEL P. (2006), Intellectual property rights business management practices: a survey of the litterature, *Technovation*, 26, pp.895-931
- ISM (2008), *Définition d'indicateurs de mesure et d'observation des activités des entreprises artisanales*, Etude de l'Institut Supérieur des Métiers, janvier.

- LAPERCHE B. (2001, dir), *Propriété industrielle et innovation. La « nouvelle économie » fausse-t-elle l'enjeu ?*, Economie et innovation, L'Harmattan, Paris, 2001.
- LAPERCHE B. (2002), The four key factors for commercialising research, *Higher Education Management and Policy*, OECD, 2002, vol.14 n°3.
- LAPERCHE B. (2006), «Capital savoir» et innovation dans les firmes mondiales. Impacts sur le travail scientifique et technique, in S. Boutillier, D. Uzunidis, *Travailler au 21ème siècle, Nouveaux modes d'organisation du travail*, De Boeck, Bruxelles, pp.159-186
- LAPERCHE B. (2007), 'Knowledge Capital' and innovation in multinational corporations, *Int. J. Technology and Globalisation*, vol.3, n°1, pp. 24-41.
- LAPERCHE B. (2008), Networked enterprises, innovation and the roles of intellectual property rights, Forum The Spirit of Innovation III, Tacoma Seattle, may.
- LEVIN R.C., KLEVORICK A.K, NELSON R.R., WINTER S.G. (1987), Appropriating the returns from industrial research and development. *Brookings papers on Economic Activity*, 783-831.
- MOWERY D.C., NELSON R., SAMPAT B.N., ZIEDONIS A. (2001), The growth of patenting and Licensing by US Universities : an assessment of the effects of the Bayh Dole Act of 1980, *Research Policy*, vol.30, n°1, pp.99-119.
- OMPI (2009), ressources en ligne, <http://www.wipo.int/sme/fr/>
- PENIN J. (2008), Enveloppe Soleau et droit de possession antérieure : Définition et analyse économique, *Revue d'économie industrielle*, n°121, pp 85-102.
- SCOTCHMER S.(2004) *Innovation and Incentives*. Cambridge: MIT Press.
- TIDD J., BESSANT J., PAVITT K. (2006), *Management de l'Innovation. Intégration du changement technologique, commercial et organisationnel*, De Boeck, Bruxelles.