

HEC MONTRÉAL

Le régime de protection par brevet de la propriété intellectuelle face à la nouvelle économie de la connaissance : un catalyseur ou un inhibiteur de la créativité?

**Par
Marie-Frédérique Biron**

Sciences de la gestion

(Affaires internationales)

*Mémoire présenté en vue de l'obtention
du grade de maîtrise ès sciences
(M.Sc.)*

Août 2017
©Marie-Frédérique Biron, 2017

ETHIQUE DOCUMENT

HEC MONTRÉAL

Comité d'éthique de la recherche

Le 28 mars 2017

À l'attention de :
Marie-Frédérique Biron
Étudiante M. Sc.
HEC Montréal

Objet : Approbation éthique de votre projet de recherche

Projet : 2017-2487

Titre du projet de recherche : Est-ce que les droits de propriété intellectuelle actuels et également leur système de protection constituent un déclencheur voire un catalyseur de l'économie de la connaissance ou si au contraire ils viennent plutôt miner et même plomber la production de la créativité

Votre projet de recherche a fait l'objet d'une évaluation en matière d'éthique de la recherche avec des êtres humains par le CER de HEC Montréal.

Un certificat d'approbation éthique qui atteste de la conformité de votre projet de recherche à la *Politique relative à l'éthique de la recherche avec des êtres humains* de HEC Montréal est émis en date du 28 mars 2017. Prenez note que ce certificat est **valide jusqu'au 01 mars 2018**.

Les membres du comité vous recommandent de conserver les données de recherche au moins pendant un an suivant le dépôt de votre mémoire.

Vous devrez obtenir le renouvellement de votre approbation éthique avant l'expiration de ce certificat à l'aide du formulaire *F7 - Renouvellement annuel*. Un rappel automatique vous sera envoyé par courriel quelques semaines avant l'échéance de votre certificat.

Si des modifications sont apportées à votre projet avant l'échéance du certificat, vous devrez remplir le formulaire *F8 - Modification de projet* et obtenir l'approbation du CER avant de mettre en oeuvre ces modifications. Si votre projet est terminé avant l'échéance du certificat, vous devrez remplir le formulaire *F9 - Fin de projet* ou *F9a - Fin de projet étudiant*, selon le cas.

Notez qu'en vertu de la *Politique relative à l'éthique de la recherche avec des êtres humains de HEC Montréal*, il est de la responsabilité des chercheurs d'assurer que leurs projets de recherche conservent une approbation éthique pour toute la durée des travaux de recherche et d'informer le CER de la fin de ceux-ci. De plus, toutes modifications significatives du projet doivent être transmises au CER avant leurs applications.

Vous pouvez dès maintenant procéder à la collecte de données pour laquelle vous avez obtenu ce certificat.

Nous vous souhaitons bon succès dans la réalisation de votre recherche.

Le CER de HEC Montréal

HEC MONTRÉAL

Comité d'éthique de la recherche

ATTESTATION D'APPROBATION ÉTHIQUE COMPLÉTÉE

La présente atteste que le projet de recherche décrit ci-dessous a fait l'objet des approbations en matière d'éthique de la recherche avec des êtres humains nécessaires selon les exigences de HEC Montréal.

La période de validité du certificat d'approbation éthique émis pour ce projet est maintenant terminée. Si vous devez reprendre contact avec les participants ou reprendre une collecte de données pour ce projet, la certification éthique doit être réactivée préalablement. Vous devez alors prendre contact avec le secrétariat du CER de HEC Montréal.

Projet # : 2017-2487 - MFBiron

Titre du projet de recherche : Les droits de propriété intellectuelle et leur système de protection: un catalyseur de l'économie de la connaissance ou si au contraire ils minent et même plombent la production de la créativité?

Chercheur principal :
Marie-Frédérique Biron
Étudiante M. Sc., HEC Montréal

Directeur/codirecteurs :
Patrick Cohendet

Date d'approbation initiale du projet : 28 mars 2017

Date de fermeture de l'approbation éthique : 16 mai 2017



Maurice Lemelin
Président du CER de HEC Montréal

RESUME

Le 2 février 2017, la trois millionième demande internationale de brevet déposée (*Patent cooperation treaty* - PCT) de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) fut publiée. Une étape importante dans l'histoire du *Traité de coopération* en matière de brevets fut à ce moment-là franchie. La demande internationale de brevet (PCT) célèbre cette année, ses 39 ans d'existence. Quelques statistiques démontrent la croissance des demandes PCT ces dernières années : en 2004, 1 million de demandes furent déposées alors qu'en 2011, 2 millions. Cette croissance ne semble pas vouloir s'estomper. Selon le directeur général de l'OMPI, monsieur Francis Gurry, le PCT occupe un rôle primordial voire majeur afin d'aider l'accès des innovateurs au marché mondial.

Malgré ce qui est évoqué, plusieurs interrogations s'imposent : est-ce le nombre de brevets déposés qui représente une preuve de la bonne santé ainsi que de la qualité de la créativité et de l'innovation d'une entreprise? Est-ce que le système de régime de protection par brevet d'invention reste quelque chose d'actualité ou qu'il faille lui apporter des changements? Et le cas échéant, quels secteurs devraient bénéficier de ce type de modifications? Comment les régimes de protection de la propriété intellectuelle font pour rester pertinents et être essentiels et ce, malgré la nouvelle économie de la connaissance et du savoir? Est-ce que les régimes de protection de la propriété intellectuelle, surtout les brevets d'invention, sont des catalyseurs de la créativité et de l'innovation et poussent, du même souffle, la diffusion de la connaissance ou si au contraire, ils viennent plutôt ralentir la créativité ?

Ce mémoire constitue donc une réflexion sur ces éléments qui nous sont souvent démontrés et expliqués. En fait, nous cherchons à comprendre si, les régimes de protection actuels de la propriété intellectuelle, plus particulièrement le régime de brevets d'invention, aident la créativité et l'innovation ou s'ils viennent plutôt les ralentir. Nous allons d'abord tenter de trouver une réponse à la plupart de ces questions et interrogations. Surtout, nous tenterons de trouver des pistes de solution face aux nouveaux défis qu'apporte l'économie de la connaissance et du savoir. Pour nous aider dans cette démarche, nous avons fait appel à diverses entreprises et personnes,

travaillant en propriété intellectuelle et œuvrant dans des secteurs où la création revêt une importance capitale.

Le lecteur retiendra ces mots-clés : propriété intellectuelle, brevet, droit d'auteur, certificat d'utilité, créativité, creative commons, communauté de pratique, économie de la connaissance, co-création, innovation ouverte.

TABLE DES MATIERES

Éthique Document.....	i
Résumé.....	ii
Table des matières.....	iv
Liste des figures	vii
Liste des abréviations et sigles utilisés.....	viii
Remerciements.....	ix
Préambule – Bref historique.....	x
CHAPITRE 1. Introduction	1
1.1. Le brevet d’invention	1
1.1.1. Système canadien.....	2
1.1.2. Système français.....	2
1.1.3. Système américain	4
1.1.4. Traité de coopération en matière de brevets (PCT)	7
1.2. Coûts reliés à la protection de la propriété intellectuelle	10
1.2.1. Canada et États-Unis.....	10
1.2.2. Demande PCT – Demande internationale.....	13
1.2.3. Brevet unitaire – Cas européen	14
1.2.4. Enveloppe Soleau.....	19
CHAPITRE 2. Revue de la littérature.....	20
2.1. Approche classique.....	20
2.1.1. Arguments pour le brevet d’invention	20
2.2. Approche actuelle.....	23
2.2.1. Management stratégique vs les brevets.....	23
2.2.2. Arguments contre les brevets d’invention.....	27
2.3. Le cas particulier de l’industrie pharmaceutique.....	31
2.4. Le brevet – Élément coordination	34
2.5. La contrainte juridique – Catalyseur de la créativité (petite incursion dans les droits d’auteur)	35
2.6. L’innovation frugale (<i>Haudeville, 2016</i>).....	36
2.7. Nouveau contexte économique.....	37
2.7.1. L’économie de la connaissance.....	37
2.7.2. Les entreprises créatives	38
2.8. Conclusion.....	41

CHAPITRE 3. Cadre d'analyse	43
3.1. Introduction	43
3.2. Principales dimensions (concepts, construis, facettes, paramètres) de la recherche	43
3.3. Conclusion.....	44
CHAPITRE 4. Méthodologie de recherche	45
4.1. Stratégie de recherche.....	45
4.1.1. Approche qualitative	45
4.1.2. L'étude de cas	47
4.1.2.1. Les études de cas multiples.....	49
4.2. Collecte de données.....	51
4.2.1. Choix des terrains.....	51
4.2.2. Entretiens ouverts et semi-directifs.....	52
4.3. Analyse des données.....	53
4.4. Limites.....	54
CHAPITRE 5. Présentation des données : LA FILLE DU WEB.....	57
5.1. Présentation des entreprises.....	57
5.1.1. Parcours de Rim Boukhssimi.....	57
5.1.2. Structure de l'entreprise – LA FILLE DU WEB	58
5.1.3. Propriété intellectuelle et son importance dans l'entreprise	58
5.2. Présentation de la personne : Madame Garance Grandchamp	60
5.2.1. Alternatives proposées	61
5.3. Présentation de la personne : Madame Monika Paape-Miyoshi	62
5.3.1. Discussion sur l'importance de la propriété intellectuelle	62
5.3.2. Changements à apporter dans le monopole offert par les brevets.....	63
5.3.2.1. Le cas particulier du secteur pharmaceutique.....	63
5.3.3. Alternatives possibles.....	64
5.4. Conclusion.....	64
CHAPITRE 6. Analyse des données.....	66
CHAPITRE 7. Conclusion et discussion	71
7.1. Modifications proposées pour les régimes de protection	73
7.2. La place de la créativité.....	73
7.3. Ouverture – Alternatives possibles.....	74
7.3.1. Licences obligatoires.....	74
7.3.2. Innovation ouverte	74

7.3.3. Licences croisées.....	76
7.3.4. Collaborations scientifiques.....	76
7.3.5. Les concepts de co-création et de consommateurs	76
7.3.5.1. Relation entre le consommateur et l'entreprise incluant le concept de co-création.....	82
7.3.6. Les licences CREATIVE COMMONS.....	84
7.3.7. Les certificats d'utilité.....	86
7.4. Limites de la recherche.....	88
Bibliographie.....	90
Références électroniques.....	103

LISTE DES FIGURES

Figure 1.1 : Demandes PCT en 2014

Figure 1.2 : Domaines d'activités (applications publiées)

Figure 1.3 : Le « Top 5 » des entreprises déposantes

Figure 1.4 : Coûts reliés à la protection de la propriété intellectuelle (dépôt au Canada et les Etats-Unis)

Figure 1.5 : Demande PCT – demande internationale

Figure 2.1 : La modélisation des industries culturelles et créatives : modèles en cercles concentriques (avec des modifications terminologiques).

Figure 2.2 : Évolution des exportations mondiales des biens et services créatifs entre 2002 et 2011.

Figure 2.3 : Biens créatifs : exportations par type de groupe économique en 2002 et 2011.

Figure 4.1 : Schéma/Modèle pour les cas multiples d'après les auteurs Alexandre et Yin.

Figure 7.1 : Tableau – Innovation ouverte

Figure 7.2 : Les 6 licences creative commons

LISTE DES ABREVIATIONS ET SIGLES UTILISES

AIA : America Invents Act

BREXIT : *Britain* » (« Grande-Bretagne ») et « *exit* » (« sortie »)

C.C : Creative commons

CJUE : Cour de justice européenne

INPI : Institut national de la propriété industrielle en France

JUB : Juridiction unifiée

OCDE : Organisation de coopération et de développement économique

OEB : Office européen des brevets

OMPI/WIPO : Organisation mondiale de la propriété intellectuelle/World intellectual property organization

ONU : Organisation des Nations Unies

OPIC : Office de la propriété intellectuelle du Canada

PCT : Patent cooperation treaty

PME : Petite et moyenne entreprise

R&D : Recherche et développement

TI : Technologies de l'information

UE : Union européenne

UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UQAM : Université du Québec à Montréal

USPTO : United States Patent and Trademark office

REMERCIEMENTS

Je ne sais même pas par où commencer tellement il y a des personnes qui ont jalonné ce chemin de la rédaction de mon mémoire. Tout d'abord, je veux absolument remercier ma bonne amie Mariève Potvin ainsi que sa maman Diane qui m'ont poussée à faire ce mémoire quand je ne croyais pas avoir les aptitudes pour le faire. Malgré mes années d'études en droit et en génie, je doutais encore de moi. Elles m'ont démontré à quel point je me jugeais sévèrement. De plus, je veux saluer les encouragements de mon amie Julie Dassylva qui m'a convaincue d'aller étudier aux HEC, son *Alma Mater*. Je dois dire que je ne l'ai jamais regretté. Je me suis rendue compte que cette institution n'avait pas qu'une réputation, elle comportait aussi des gens qui nous permettaient de grandir et d'être meilleur. De plus, je voulais remercier mon directeur de mémoire monsieur Patrick Cohendet qui m'a encouragée, qui m'a soutenue et qui n'a pas perdu espoir en moi même si je faisais preuve des fois d'une procrastination persistante.

En outre, je voulais remercier tout particulièrement mon conjoint qui n'a jamais cessé de me soutenir et de m'encourager face à l'ampleur de la tâche à accomplir étant donné que nous avons déjà un enfant de moins de deux ans et un autre à venir. En plus, il m'a redirigée vers ce sujet de recherche alors que j'empruntais une avenue loin de mes champs d'intérêt. Merci Neissan ! Aussi, je souhaite remercier mes parents pour m'avoir aidée, pour m'avoir aiguillée dans des moments de découragement lors de ma rédaction. Je remercie mon fils Darius qui passait plus de temps avec son père ou ses grands-parents afin que je puisse me cloîtrer dans des bibliothèques pour que je puisse finir de rédiger. En terminant, je voudrais saluer mon fils Hector qui se trouvait encore dans mon ventre. Je voulais sincèrement le remercier pour n'être pas arrivé plus tôt que prévu !

Bonne lecture !

PREAMBULE – BREF HISTORIQUE

Rappelons que les droits de propriété intellectuelle, connus jusqu'ici, naquirent d'un réel désir de reconnaître l'auteur, en l'occurrence le créateur de l'œuvre et de lui octroyer un monopole pendant une certaine période de temps. Le but ultime visait à faire fructifier sa découverte et de bénéficier, le cas échéant, des retombées pécuniaires des reproductions admises de celle-ci. Cette façon de voir les choses ne date pas d'hier. En effet, les premiers balbutiements de cette approche remontent à l'époque de la Grèce antique. Plusieurs auteurs évoquent l'historien Phylarque¹ qui mentionnait que dans la cité Sybaris, petite colonie grecque de la Calabre où ses habitants appréciaient particulièrement la bonne nourriture, les gens pensaient ceci:

« If any confectioner or cook invented any peculiar and excellent dish, no other artist was allowed to make this for a year; but he alone who invented it was entitled to all the profit to be derived from the manufacture of it for that time; in order that others might be induced to labour at excelling in such pursuits. »

Par ailleurs, malgré ce qui a été mentionné précédemment, cette règle ne fut pas reprise dans le monde antique². Elle semble être disparue graduellement en même temps que l'anéantissement de la cité et ce, au cours du VI^e siècle avant J-C. Plus tard durant le Moyen-Âge³, la protection des inventions ne constitua pas non plus une préoccupation essentielle. C'est ainsi que l'instauration d'un mécanisme légal, touchant les savoirs techniques nouveaux, apparaît seulement au XV^e siècle. Ce dispositif juridique visait principalement à inciter l'importation de connaissances et du même souffle, les propager localement. Cette façon de procéder encourageait alors un artisan étranger à diffuser son savoir dans sa nouvelle patrie et, en retour, celle-ci lui octroyait un monopole temporaire pour qu'il puisse développer adéquatement son entreprise.

Or, à Venise dès 1474, la cité s'accorda une convention appelée la *Parte Veneziana*.⁴ Ce décret offrait un « droit exclusif d'exploitation de dix ans à « quiconque » pour une création nouvelle et ingénieuse jamais réalisée antérieurement dans le territoire de la

¹ <http://www.archipel.uqam.ca/3460/1/PI-univ-ch05.pdf>

² Ibid.

³ Ibid.

⁴ Ibid.

ville ». ⁵ Cet écrit légal représenterait l'ancêtre des législations sur les brevets. La *Parte Veneziana* expliqua pour la toute première fois les quatre fondements de base qui ont justifié la création d'une loi sur les brevets ⁶ :

- Encourager les activités inventives ;
- Compenser les dépenses encourues par l'inventeur ;
- Reconnaître le droit de l'inventeur sur sa création;
- Démontrer le rôle social de l'invention.

De plus, afin de pouvoir bénéficier d'un privilège, l'invention doit comporter les caractéristiques suivantes ⁷ :

- « nouvelle », qui insinue qu'elle n'a jamais été effectuée auparavant sur le territoire de la République (nouveau local);
- « ingénieuse » ;
- « au point, de manière à être utilisée et appliquée ».

C'est ainsi que les investigations permirent de retracer les chiffres de délivrance de brevet à Venise ⁸ :

- 1474-1500 : 021
- 1500-1550 : 107
- 1551-1600 : 423
- 1601-1650 : 227
- 1651-1700 : 317
- 1701-1750 : 204
- 1751-1788 : 472

Venise représente donc le seul État à avoir décrété une loi établissant un droit des privilèges pour les inventions. Par contre, cette loi tomba dans l'oubli le plus complet pour n'être « redécouverte » que vers 1936.

⁵ Ibid.

⁶ <http://cpi.robic.ca/Cahiers/12-3/LapointeSerge.html>

⁷ Ibid.

⁸ Ibid.

L'Angleterre représente probablement un des pays où les «lettres patentes» furent utilisées assidûment⁹. Ces dernières seront employées surtout dans certains secteurs aussi diversifiés que les mines, la verrerie, le textile et la métallurgie par exemple.¹⁰ Elles étaient utilisées afin d'importer les connaissances spécifiques touchant le progrès du commerce.¹¹ Ces pratiques se sont développées également en France où les artistes italiens, œuvrant en France dans des châteaux royaux (ex. Leonard de Vinci), détenaient des lettres patentes afin de les protéger lors notamment de la Renaissance. La propriété intellectuelle fait officiellement son apparition lors de la période élisabéthaine (1558-1603) où elle se traduisait sous la forme de faveurs royales consenties par le souverain ou encore les seigneurs aux personnes qui créaient des nouvelles technologies.¹² Ces permissions royales permettaient à leur propriétaire d'obtenir un monopole sur la production de biens particuliers ou encore la prestation de certains services.¹³ Ces faveurs ou ces privilèges possédaient surtout un rôle fiscal.¹⁴ Or, ces prérogatives furent utilisées à mauvais escient par ses bénéficiaires et il y eu beaucoup d'abus dans l'industrie et le commerce.¹⁵ Pour cette raison, après une controverse qui dura plus de vingt (20) ans, les Communes devaient apporter des changements nécessaires. La *Loi sur les monopoles (English Statute of Monopolies)*¹⁶ décrétée en 1623 modifia ainsi la donne en rendant illégaux les monopoles qui ne possédaient pas une limite de temps (la limite qui fut imposée fut de 14 ans). Ces mesures juridiques posèrent dès lors les bases du droit des brevets modernes.¹⁷ Ces derniers furent reconnus en France au moment de la Révolution.

Justement, l'instauration des brevets d'invention provient de la suppression des avantages pendant la fameuse nuit du 4 août 1789 et du même souffle, la période d'incertitude que celle-ci entraîna.¹⁸ Plusieurs questions se posaient. En effet, comment traiter les privilèges accordés avant la Révolution ? Comment trouver une solution aux

⁹ op.cit., note 1

¹⁰ Ibid.

¹¹ Ibid.

¹² <http://www.wipo.int/wipolex/fr/notes/gb.pdf>

¹³ Ibid.

¹⁴ op.cit., note 1

¹⁵ Ibid.

¹⁶ op.cit., note 1

¹⁷ Ibid.

¹⁸ <https://hal.inria.fr/file/index/docid/66835/filename/INVREVGGB.pdf>

quiproquos qui opposaient les titulaires de privilèges à ceux qui en contestaient la validité ? Ce ne sont pas que les inventeurs qui posèrent ce type de questions, mais les artistes également.

Durant l'été 1790¹⁹, les « artistes inventeurs » et les auteurs dramatiques sont intervenus auprès de l'Assemblée Nationale pour conquérir la reconnaissance de leurs droits. Nous nous attarderons à ce que les inventeurs ont accompli. Donc, un groupe d'artistes-inventeurs a déposé une pétition auprès du comité d'Agriculture et de Commerce à l'Assemblée nationale afin de demander la mise sur pied en France d'une règle de droit semblable à celle qu'il y avait en Angleterre.²⁰ Après quelques mois, un rapport fut soumis aux députés qui portait sur les droits de l'inventeur²¹. Ce rapport avait le titre suivant : *Rapport relatif aux encouragements et aux privilèges à accorder aux inventeurs de machines et de découvertes industrielles* » et a été exposé le 30 décembre 1790 par le Chevalier Stanislas de Boufflers²². Le chevalier de Boufflers ne se limita pas à une quelconque présentation de son projet de loi. Il remonta même aux principes de la théorie. Il prit des éléments dans l'héritage des Lumières et s'inspira aussi d'un argument dès lors employé par Diderot. Il rappela que l'existence de la véritable propriété pour un homme, c'est sa pensée. Par contre, il faut garantir à l'inventeur la possibilité de pouvoir profiter de son invention. C'est sur cette proposition que fut fondé le reste du projet de loi du Chevalier de Boufflers. La loi proposée visait la clarification des termes d'une potentielle convention entre l'inventeur et la société. En bref, si l'inventeur gardait le secret de son invention et que celle-ci restait dans sa pensée, l'inventeur en demeurait le propriétaire absolu²³. Or, si l'inventeur souhaitait jouir tranquillement de son invention, il n'avait pas d'autre choix que de la rendre publique.²⁴ Par conséquent, il prenait le risque de s'en voir dépouillé.²⁵ Par conséquent, l'inventeur devait demander une protection à la société pour avoir la possibilité de pouvoir profiter sans tracas de son invention.²⁶ Or, ce protectorat devait avoir un certain prix.²⁷

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid.

²¹ Ibid.

²² Ibid.

²³ Ibid.

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid.

L'inventeur était ainsi dans l'obligation de divulguer son secret pour soumettre une compréhension appropriée de l'objet sur lequel porterait la protection du corps social.²⁸ De surcroît, l'inventeur devait également renoncer aux droits remis lorsqu'un intervalle de temps était expiré.²⁹ Ce type de contrat suggéré par le Chevalier de Boufflers recherchait à arrêter les problèmes ou autres procédures fastidieuses qui étaient souvent infligées aux inventeurs.³⁰

Comme règles affligeantes, les inventeurs devaient passer par un examen administratif. Pour le chevalier de Boufflers, c'est à l'expérience sinon au public, donc au marché, à statuer sur l'utilité des choses dites nouvelles.

En outre, le chevalier de Boufflers fit attention de bien démontrer la différence entre les notions suivantes, en l'occurrence la protection et le privilège. Nous nous retrouvons en pleine Révolution française. Par conséquent, cette démarcation revêt un caractère essentiel. Pour lui, cette loi qui était demandée par les inventeurs ne constitue pas qu'une simple protection. C'est l'esprit inventif, en somme l'invention qui représente un privilège.

Le décret de l'Assemblée fut alors promulgué le 7 janvier 1791 et prit alors force de loi.³¹ La définition de l'invention comportait un spectre relativement large : « *Tout moyen d'ajouter à quelque fabrication que ce puisse être un nouveau genre de perfection* », article 2)³². Cette loi décrétée le 7 janvier 1791 permettait à un inventeur d'avoir un titre ou patente lui garantissant la propriété ou l'usage temporaire de son invention (art.7) contre le paiement.³³ La durée de ces patentes pouvait varier et ce, au choix de l'inventeur. Elle pouvait être de 5, 10 ou 15 années (art.8).³⁴ De plus, l'inventeur avait la possibilité de transmettre son titre et « de disposer de sa patente

²⁷ Ibid.

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid.

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

³² Ibid.

³³ Ibid.

³⁴ Ibid.

comme d'une propriété mobilière » (art.14).³⁵ Également, l'importateur en France d'une invention étrangère pouvait obtenir les mêmes avantages que l'inventeur (art.3).³⁶

Par contre, le propriétaire du titre ou de la patente risquait d'être privé de ses droits dans certains cas. Par exemple, si celui-ci avait caché dans sa description des éléments ou des caractéristiques essentielles sur la fabrication de l'invention, si son invention existait déjà dans un ouvrage publié, si sa découverte n'était pas utilisée dans un délai de deux ans (art. 16).³⁷ Également, dans la loi, des peines étaient fixées lorsque qu'il y avait contrefaçon. Il était donc important de protéger l'inventeur afin d'aider la génération du progrès dans la nation.³⁸ Par conséquent, tous les citoyens devaient avoir la possibilité de consulter l'inventaire des inventions nouvelles dans son domaine et de connaître les spécifications du brevet.³⁹ De plus, pour des raisons dites politiques ou commerciales, il était possible pour l'inventeur de garder la description de son invention secrète (art.11).⁴⁰ Lorsque le délai de protection de la patente était terminé, l'invention devait appartenir dorénavant à la société. La découverte devenait alors publique et son utilisation était permise par tout un chacun (art. 15).⁴¹ Comme nous pouvons le constater, la loi votée le 7 janvier 1791 consacrait un nouveau modèle afin de promouvoir les inventions.⁴² Au droit concédé par une prérogative se suppléait le droit dit naturel qui était reconnu sans examen.⁴³ Pour les encouragements basés sur la récompense, c'était maintenant les vertus du marché qui prenaient la place.⁴⁴ Malgré ces changements importants, ce modèle demeurerait incomplet et boiteux. D'ailleurs, il subit plusieurs contestations. Il faut donc attendre au 14 mai 1791 pour voir le Chevalier de Boufflers présenter des nouvelles dispositions afin d'améliorer sa loi du 7 janvier 1791.⁴⁵ La nouvelle loi promulguée le 25 mai 1791 vint compléter la législation

³⁵ Ibid.

³⁶ Ibid.

³⁷ Ibid.

³⁸ Ibid.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Ibid.

⁴² Ibid.

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Ibid.

naissante touchant les brevets d'invention.⁴⁶ Dans cette nouvelle loi, le caractère naturel du droit de l'invention fut alors consacré.⁴⁷ En effet, les brevets d'invention se voyaient octroyés sur une simple sollicitation auprès du Roi et ce, sans examen antérieur (art.1).⁴⁸

Comme autre précision, les conditions de la demande qui se rapportait qu'à un seul élément principal et le dépôt auprès du *Directoire du département*.⁴⁹ Le Directoire des brevets d'invention, qui était établi à Paris et qui se retrouvait sous l'autorité du ministre de l'Intérieur, veillait à centraliser et à traiter les demandes avant d'expédier les brevets (art.2).⁵⁰ En outre, il y avait de nouvelles restrictions rattachées à cette loi. Les inventeurs qui eurent un brevet sur un objet considéré contraire aux lois du royaume pouvaient être privés de leurs droits (art.9).⁵¹ Également, le propriétaire d'un brevet avait la possibilité de se constituer une société mais pas une entreprise par actions (art.14).⁵² Lors d'une cession de brevet, celle-ci devait être effectuée par un acte notarié et ensuite être mentionnée au secrétariat du département qui lui devait en informer le Directoire des brevets d'invention (art.15).⁵³ Pour terminer, la loi du 25 mai 1791 précisait les montants d'argent à payer au Directoire des brevets. Pour un brevet de 5 ans, il fallait déboursier 300 livres.⁵⁴ Tandis que pour un brevet de 10 ans, il coûtait 800 livres et celui de 15 ans, 1500 livres.⁵⁵ Déjà, à l'époque, la taxe sur les brevets représentait un fardeau pour les inventeurs qui possédaient que peu de moyens, puisque les déboursés ne s'arrêtaient pas là.⁵⁶ Il fallait également ajouter des taxes supplémentaires comme celle touchant la remise d'un procès-verbal (12 livres) ou celle sur la consultation de l'inventaire (catalogue) des inventions (3 livres).⁵⁷

Par conséquent, les lois du 7 janvier et du 25 mai 1791 agencèrent les bases du nouveau droit des brevets d'invention dans le contexte général de la création d'un droit de la

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Ibid.

⁵² Ibid.

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Ibid.

propriété intellectuelle.⁵⁸ Ces lois donnaient à l'inventeur une dimension jusque-là originale.⁵⁹ La loi démontrait que le droit de l'inventeur était à la fois un droit naturel et une propriété que nous ne pouvions pas enfreindre et qui était sacrée.⁶⁰ Alors, l'inventeur pouvait profiter de la protection du droit commun.⁶¹ C'est donc pour cette raison et à l'inverse des pratiques de l'Ancien Régime que le brevet d'invention se voyait octroyé « sur simple requête au Roi, sans examen préalable ». ⁶² En effet, ce droit possédait un *a priori positif* puisque l'inventeur était présumé l'être jusqu'à preuve du contraire.⁶³ Le requérant pouvait profiter du brevet et de la protection de l'État.⁶⁴

Quant au droit d'auteur⁶⁵, la Loi de 1662 touchant les autorisations, permit la réalisation d'un répertoire des œuvres autorisées à la publication afin d'admettre la réglementation du commerce des livres et aussi pour défendre les imprimeurs contre le piratage.⁶⁶ Cette époque du droit d'auteur régit par la *Common law* provient d'une nouvelle législation promulguée en 1709, appelée la loi de la reine Anne (*An act for the encouragement of Learning, by vesting the copies of printed books in the authors or purchasers of such copies, during the times therein mentioned*).⁶⁷ Cette règle de droit offrait donc une protection juridique pour les œuvres écrites.⁶⁸ Ultérieurement, la loi de la reine Anne représentera l'origine du droit d'auteur puisqu'elle édicte, pour la toute première fois, le fait que l'auteur est le titulaire des droits sur son œuvre.⁶⁹ Par ailleurs, les dessins industriels, les modèles et les marques de commerce constituent des concepts beaucoup plus modernes en matière de droits de propriété intellectuelle.⁷⁰

Pour certains auteurs, les droits de propriété représentent des « institutions sociales » qui mettent en lumière le spectre des privilèges qui sont donnés aux individus ou aux entités

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ Ibid.

⁶² Ibid.

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ Ibid.

⁶⁶ Ibid.

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ Ibid.

⁶⁹ Ibid.

⁷⁰ Ibid.

par rapport à des actifs spécifiques.⁷¹ Les institutions de droits de propriété peuvent définir la portée aussi bien des arrangements formels qu'informels. Celles-ci désignent ceux qui possèdent la propriété d'actifs recelant de la valeur sans oublier ceux qui peuvent en recevoir les retombées de même que les bénéficiaires. En fait, elles influencent fortement le comportement économique ainsi que la performance du marché.

Pour plusieurs, la propriété intellectuelle représente le moteur de la nouvelle économie de marché et offre un avantage concurrentiel véritable à ses propriétaires. Signalons que les droits de propriété intellectuelle furent mis de l'avant afin de susciter l'innovation et la créativité. Les brevets, pour ne nommer que ceux-ci, doivent aider à la propagation du savoir et de la connaissance.⁷² En effet, les inventeurs se voient dans l'obligation de décrire leur technologie dans la foulée des demandes de brevets. Par contre, certains agents de brevet sont hélas passés maîtres dans l'opacification ou l'obscurcissement des informations.⁷³

Le système actuel semble ne pas être un catalyseur de connaissances ou de créativité mais a plutôt suscité la prolifération, entre autres, de *chasseurs de brevets* (« patent trolls »). Ce sont des entreprises qui mettent de la pression et parfois même, ont recours au chantage. En fait, elles détiennent quelques brevets qu'elles n'exploitent pas et ensuite, cherchent à contracter des licences d'exploitation de leurs actifs technologiques auprès de compagnies qui produisent des biens ou des services.⁷⁴ Par la suite, ces entreprises malveillantes les menacent d'une poursuite en contrefaçon de leurs brevets.⁷⁵ Ce type d'opération prend ses assises sur des brevets litigieux dont la solidité juridique laisse quelque peu à désirer. Les victimes de ce type de fonctionnement peuvent provenir aussi bien de grandes entreprises que de petites entreprises technologiques qui ne peuvent pas obtenir les ressources nécessaires pour un procès.

⁷¹ Costello, Ayse Olcay et Thomas G. Costello, (2005). *Defining Property rights: The case of knowledge-based Resources*, California Management Review, vol.47, no 3, p.145

⁷² *The Economist* (2015). «*Time to fix patents* » et «*A question of utility* », vol. 416, no 8950, p.11 et p.50-52

⁷³ Ibid.

⁷⁴ https://fr.wikipedia.org/wiki/Patent_troll

⁷⁵ Ibid.

De plus, nous retrouvons des holdings de brevets défensifs.⁷⁶ Par conséquent, une question s'impose: est-ce que les droits de propriété intellectuelle actuels et également leur système de protection constituent un déclencheur voire un catalyseur de l'économie de la connaissance ou au contraire viennent-ils plutôt miner et même plomber la production de la créativité ? À cet égard, nous pensons que trop souvent les droits de propriété intellectuelle au lieu de susciter de la création ou de mousser les bulles de l'innovation viennent plutôt les annihiler, parfois même les diminuer voire les détruire. Travaillant dans le domaine depuis un certain nombre d'années, nous avons pu constater que certaines compagnies ou institutions, désirant protéger à tout prix leurs propriétés intellectuelles, finissent par les laisser tomber puisqu'elles ne répondaient pas aux besoins du marché ou parce qu'elles étaient encore trop « vertes » ou tout simplement parce qu'aucun récepteur ne semblait intéressé. Il faut savoir également que nous vivons dans une époque hyper technologique. Nous sommes en 2017 ! Nous n'allons certainement pas réinventer la roue. Les inventions révolutionnaires dites « *breakthrough* » sont quasi inexistantes depuis plusieurs années. En fait, il devient très difficile aujourd'hui pour une compagnie de naviguer dans les zones grises de la propriété intellectuelle et ainsi se démarquer sans conséquences et avoir la totale liberté d'agir. Cela cause également un problème pour tout ce qui touche les technologies de l'information, les logiciels, l'électronique. Normalement, l'obtention d'un brevet peut prendre jusqu'à 4-5 ans. Or, dans ce secteur, tout va à vitesse grand V. Par exemple, dès que l'entreprise aura son brevet pour son logiciel, celui-ci sera déjà dépassé. Souvent une nouvelle invention constitue une simple amélioration ou une incrémentation de ce qui existe déjà. Il faut donc faire extrêmement attention pour ne pas verser dans la contrefaçon et ainsi être sujet à des poursuites. En outre, les petites et moyennes entreprises ne possèdent pas toujours des coffres assez bien garnis pour se lancer dans cette aventure qui peut leur coûter extrêmement cher.

Afin de décortiquer ces divers éléments et aussi tenter de démontrer ce que nous avançons, nous orienterons toute notre réflexion et notre analyse dans le but d'interpeller le milieu de la propriété intellectuelle souvent centré sur ses acquis et ses certitudes en

⁷⁶ op.cit., note 18

cette ère de la mondialisation et de la nouvelle économie du savoir et de la créativité. Nous tenterons d'illustrer notre propos via la littérature, notre expérience professionnelle et la recherche-terrain que certains régimes de protection de la propriété intellectuelle peuvent être des éteignoirs et que quelques-unes de leurs règles viennent plutôt annihiler sinon ralentir le processus de création au lieu de le déployer ou le provoquer. Nous allons dans notre mémoire d'abord tenter de nous pencher sur cette question en examinant la forme actuelle des droits de propriété intellectuelle dans des pays où celle-ci demeure une mesure importante de l'inventivité, en l'occurrence les Etats-Unis et la France, en mettant bien entendu une emphase sur le système canadien. Une attention toute particulière sera accordée aux brevets d'invention. Nous vérifierons également dans les années précédentes, l'évolution de la propriété intellectuelle, les coûts qui y sont rattachés et surtout les types de changement qui furent apportés à l'économie des pays mentionnés antérieurement.

La revue de littérature suivra en vue de démontrer ce qui a été dit et commenté sur le sujet de la propriété intellectuelle et des systèmes de protection. Ensuite, nous évaluerons les différentes opinions et points de vue sur le sujet.

Par la suite, nous établirons notre cadre théorique et nous élaborerons sur la situation particulière de l'industrie technologique et des entreprises dites « techniques » ainsi qu'artistiques. En outre, nous expliquerons notre démarche et justifierons nos divers choix méthodologiques. De plus, nous présenterons nos études de cas et une interprétation des données recueillis sur le terrain. Pour finir, nous tenterons d'apporter à la fois des voies d'avenir à ce champ d'expertise, des pistes de solution et des alternatives sans oublier les limites de notre recherche.

CHAPITRE 1. Introduction

Selon l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle⁷⁷, l'expression « propriété intellectuelle » fait référence aux œuvres de l'esprit. Ce terme⁷⁸ touche les inventions, les œuvres littéraires et artistiques, les modèles, les dessins, les emblèmes, les noms et images utilisés dans le commerce. En outre⁷⁹, la propriété intellectuelle peut être protégée par la loi et ce, grâce à plusieurs moyens. Il s'agit notamment des brevets, des droits d'auteur et des marques de commerce. Cela permet donc aux concepteurs, en plus de la garantie de protection de leurs œuvres, d'obtenir une reconnaissance ainsi qu'un avantage pécuniaire de leurs inventions. Toujours selon l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle⁸⁰, en mariant adéquatement les intérêts des novateurs à ceux du grand public, le système de protection de la propriété intellectuelle chercherait à encourager un milieu favorable à l'épanouissement de l'innovation et de la créativité.

Notre mémoire de maîtrise portera en somme presque exclusivement sur le régime de protection que représentent les brevets d'invention. Les autres régimes de protection connus seront vus mais nous n'allons pas les aborder avec la même profondeur.

1.1. Le brevet d'invention

Le brevet d'invention constitue un droit distinct attribué pour une invention. Communément, un brevet donne à son titulaire la prérogative de décider de quelle manière son invention peut être utilisée par des tiers⁸¹. En compensation, le propriétaire du brevet doit mettre les renseignements techniques relatifs à l'invention à la disposition du grand public dans un document de brevet qui sera publié⁸². Un brevet constitue également un droit « territorial »⁸³, en ce sens que si un inventeur souhaite protéger son invention aux Etats-Unis et au Canada par exemple, il doit déposer une demande de brevet dans chacun de ces pays (un pays, un brevet).

⁷⁷ <http://www.wipo.int/about-ip/fr/>

⁷⁸ Ibid.

⁷⁹ Ibid.

⁸⁰ Ibid.

⁸¹ Ibid.

⁸² Ibid.

⁸³ Ibid.

1.1.1. Système canadien

Au Canada, l'information technique et détaillée au sujet des demandes de brevet est rendue publique après un laps de temps de 18 mois⁸⁴. Toutefois, pour obtenir la protection d'un brevet, l'invention doit répondre aux trois critères suivants : NOUVEAUTÉ – UTILITÉ – NON ÉVIDENCE. Bref, l'invention doit être nouvelle, i.e. qu'elle doit être la première au monde. Elle ne doit pas déjà exister. Il est aussi essentiel que l'invention soit utile. En effet, vu que l'objectif ultime de la concession d'un brevet induit la stimulation de l'innovation et de la créativité, celui-ci doit être dédié à une invention fonctionnelle et surtout exploitable. Pour terminer, le dernier critère représente la non évidence, l'inventivité de l'invention. En effet, on doit se demander si cette découverte constitue un réel apport inventif ou si au contraire, une personne «versée dans le domaine»⁸⁵ l'aurait trouvée facilement? De surcroît, toujours au Canada, le brevet est attribué *au premier demandeur*.⁸⁶ Cet élément établit une distinction importante, significative même! Cela signifie que si un inventeur dépose une demande de brevet le 24 mai à 9h15 sur une invention et un autre, le 24 mai à 9h17 pour la même invention, ça sera potentiellement le premier inventeur qui obtiendra le brevet : premier arrivé, premier servi!

Enfin, il faut savoir que l'obtention d'un brevet permet à son inventeur d'avoir le monopole pour son invention pendant une période de temps pouvant aller jusqu'à 20 ans. Ce délai commence à partir de la date du dépôt de la demande de brevet. Par conséquent, si, pour une raison X, l'octroi d'un brevet d'invention prend 6 ans, il en restera que 14 ans pour continuer à exploiter l'invention. Après ce délai, l'invention tombe dans le domaine public et tout le monde peut l'utiliser, la fabriquer, la reproduire, etc.

1.1.2. Système français

Comme au Canada, l'invention doit contenir les mêmes trois critères et est délivré pour une période de 20 ans au premier demandeur. La publication de la demande de

⁸⁴ http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/fra/wr03716.html?Open&wt_src=cipo-patent-main

⁸⁵ Ibid.

⁸⁶ Ibid.

brevet est effectuée après le même laps de temps. Par contre, contrairement au Canada, la France détient un autre type de protection sensiblement du même type qu'un brevet appelé *certificat d'utilité*⁸⁷. Ce titre de propriété intellectuelle donne un monopole d'exploitation sur une invention pour une durée maximale de 6 ans au lieu de 20 ans. Le certificat d'utilité répond pratiquement aux mêmes formalités de brevetabilité que le brevet. Cependant, il semble adapté aux inventions qui détiennent une durée de vie courte⁸⁸. Une demande de brevet peut être changée en certificat d'utilité mais, l'inverse ne peut se faire⁸⁹.

Par contre, selon l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle, nous retrouvons des différences non négligeables entre les deux moyens de protection⁹⁰ :

- L'activité inventive ou la non évidence ne représente pas un critère aussi essentiel que pour le brevet ;
- La durée de protection est généralement plus courte que celle accordée pour les brevets (entre 7 ans et 10 ans) ;
- Dans les pays où la protection par certificat d'utilité est permise et accordée, les offices de brevets « n'examinent pas les demandes sur le fond avant l'enregistrement ». La procédure d'enregistrement devient donc du même souffle plus simple et aussi plus rapide. En effet, elle dure autour de 6 mois en moyenne ;
- Les coûts liés à l'obtention des modèles d'utilité sont moindres que ceux déboursés pour l'obtention des brevets de même que pour leur maintien;
- Certains pays offrent la protection par certificat d'utilité dans des secteurs techniques circonscrits et seulement pour des produits et non des processus.

⁸⁷ <http://www.inpi.fr/fr/brevets/qu-est-ce-qu-un-brevet/pourquoi-deposer-un-brevet.html>

⁸⁸ Ibid.

⁸⁹ Ibid.

⁹⁰ http://www.wipo.int/sme/fr/ip_business/utility_models/utility_models.htm

1.1.3. Système américain

Les éléments exposés par l'Office de la propriété intellectuelle des Etats-Unis sont les mêmes qu'en France et au Canada quant à la durée et aux critères. Or, les Etats-Unis détiennent trois types de brevets⁹¹ :

- 1) « **Utility patents** » qui touchent les inventions ou les découvertes de nouvelles machines, des améliorations, des procédés, etc.
- 2) « **Design patents** » qui font référence au design des objets.
- 3) « **Plant patents** » qui découlent des nouvelles variétés de plantes.

Par ailleurs, en mars 2013, après plus de dix (10) ans de questionnements et de débats parlementaires, une importante transformation secoua le système des brevets aux Etats-Unis⁹². À la suite d'une refonte de la loi sur la propriété intellectuelle (*America Invents Act* – AIA), il y eut un changement majeur dans la manière de traiter les brevets. Les Américains sont donc passés d'un système de «*premier inventeur*» («*first to invent*») à un système de «*premier inventeur déposant*»⁹³ («*first-inventor-to file*»). Les Etats-Unis se seraient mis au même diapason que leurs partenaires commerciaux. Cependant, quelles sont les réelles raisons de cette mutation majeure? Cette modification du système américain de brevets proviendrait de son obsolescence et également, de sa faible fiabilité et surtout de ses coûts exorbitants⁹⁴. De plus, le gouvernement souhaitait renforcer le rôle de l'office de la propriété intellectuelle américain (USPTO)⁹⁵ et offrir ainsi aux inventeurs étrangers, un milieu plus stable. Ce qui est désiré touche notamment la facilité ainsi que l'accélération dans les procédures d'enregistrement des brevets⁹⁶. Les Etats-Unis veulent faire partie des pays en tête de peloton pour la «course technologique internationale».⁹⁷ Voyant en outre la Chine déposer de plus en plus de demandes de brevets, les Etats-Unis ne désirent pas être en reste. À la fin de l'année 2010, le temps d'octroi pour une

⁹¹ <http://www.uspto.gov/patents-getting-started/general-information-concerning-patents#heading-2>

⁹² <http://www.ipwatchdog.com/2013/03/16/a-brave-new-patent-world-first-to-file-becomes-law/id=37601/>

⁹³ Ibid.

⁹⁴ <https://www.tresor.economie.gouv.fr/File/340545>

⁹⁵ Ibid.

⁹⁶ Ibid.

⁹⁷ Ibid.

demande de brevet oscillait autour de 3 ans. Ce qui est, somme toute, très acceptable. Aujourd'hui, à cause du retard dans l'examen des diverses demandes de brevets, il y aurait plus de 1,2 millions de demandes en attente. D'après une étude britannique⁹⁸, «le manque à gagner annuel des Etats-Unis atteindrait 6,4 milliards de dollars»⁹⁹. De surcroît, qui dit retard dit pression d'aller plus vite. Plusieurs erreurs commises par les examinateurs survinrent. Contraints par le temps et excédés par toutes ces demandes, des brevets qui ne devaient pas être accordés le furent. Cela occasionnera des problèmes de contrefaçon éventuellement. La majorité des pays, dont le Canada, la France et le Royaume-Uni, disposent de ce genre de système. Par conséquent, les Etats-Unis se sont mis au même diapason que leurs partenaires commerciaux.

Il serait intéressant de s'attarder aux autres éléments primordiaux de cette réforme. Nous retrouvons aussi la *compétence territoriale des tribunaux*. Dorénavant, la compétence territoriale des tribunaux se verra limitée au lieu «des activités physiques, commerciales ou industrielles du défendeur et/ou au lieu principal d'enregistrement de la société»¹⁰⁰. Ces aspects de la nouvelle loi qui viennent soutenir le défendeur, permettront d'éviter que des «patents trolls» ne saisissent les juridictions qui leur sont favorables¹⁰¹.

Par ailleurs, après l'octroi d'un brevet, *une nouvelle procédure fut créée*. Auparavant, une tierce partie qui souhaitait remettre en cause la validité d'un brevet américain ne détenait que deux options¹⁰² :

- A) *EX PARTE Reexamination* – La tierce partie n'est plus impliquée dans la procédure une fois la demande déposée ;
- B) *INTER PARTE Reexamination* – La tierce partie détient l'opportunité de participer à la procédure.

⁹⁸ Ibid.

⁹⁹ Ibid.

¹⁰⁰ Ibid.

¹⁰¹ Ibid.

¹⁰² Ibid.

La nouvelle règle de droit change l'*Inter parte reexamination* en la remplaçant par une procédure qui s'appelle **Inter Partes Review** et qui consiste à remettre en cause la validité d'un brevet grâce à des brevets ainsi que des publications peu importe leur date de concession¹⁰³. Auparavant, avec l'*Inter parte reexamination*, les gens ne pouvaient utiliser que les brevets délivrés après 1999¹⁰⁴.

Également, toujours dans la réforme de l'*America Invents Act*, il y aurait maintenant une troisième alternative après celles décrites ci-haut. Cette option viserait les parties qui recherchent à contester ou limiter l'étendue de brevets qui furent accordés. Cette procédure, la **Post-Grant Review**, permettra de «remettre en cause la validité d'un brevet dans les 9 mois de son émission»¹⁰⁵. La preuve sera présentée directement à l'USPTO qui aura la tâche de se pencher sur l'argumentation soumise.

Par ailleurs la **procédure d'interférence**¹⁰⁶, qui consistait à déterminer le titulaire d'un brevet dans les cas de litiges entre des inventeurs concurrents, fut remplacée par une procédure de dérivation. Dans le cadre d'un système de «*first to invent*», la procédure d'interférence demandait aux inventeurs revendiquant le brevet portant sur des inventions «jumelles» de démontrer leur bonne foi ainsi que leurs prétentions et ce, à l'aide de cahiers de laboratoire, de notes pour les départager¹⁰⁷. Cette façon de procéder fut souvent critiquée parce qu'elle était trop onéreuse et elle semblait favoriser les grandes compagnies¹⁰⁸. Désormais, avec la procédure de dérivation, la loi souhaite focaliser sur la simplicité puisqu'elle n'exige plus de notes de laboratoire ou d'autres éléments de preuve de ce type. La date de référence constitue la date de dépôt de la demande de brevet puisque le système est rendu «*first inventor to file*».

Pour conclure sur ce sujet, l'indépendance financière de l'USPTO constituait un enjeu majeur dans les négociations et dans la réforme. Auparavant, le Congrès américain fixait les honoraires de l'USPTO et avait également la main mise sur son

¹⁰³ Ibid.

¹⁰⁴ Ibid.

¹⁰⁵ Ibid.

¹⁰⁶ Ibid.

¹⁰⁷ Ibid.

¹⁰⁸ Ibid.

budget¹⁰⁹. Maintenant, l'USPTO prescrit ses propres honoraires et surtout, contrôle son budget¹¹⁰. De plus, les revenus générés par l'USPTO seront mis dans un fonds de réserve¹¹¹.

1.1.4. Traité de coopération en matière de brevets (PCT)¹¹²

Dans le but d'aller plus rapidement et aussi pour minimiser les coûts engendrés par les demandes de brevets, les entreprises font souvent un PCT. Le PCT (*Patent cooperation treaty*) est un traité international géré par l'OMPI (*Organisation mondiale de la propriété intellectuelle*). Plusieurs pays ont adopté ce traité, soit plus de 145¹¹³. Grâce à ce système, le déposant peut faire une demande de brevet dite «internationale». Lorsque celle-ci est déposée avec succès, le demandeur peut ensuite choisir les pays (appelée «la phase nationale») où il souhaite protéger son invention. Par la suite, l'octroi des brevets demeure la responsabilité de chaque bureau de brevets national.

Voici quelques statistiques :

Figure 1.1 : Demandes PCT en 2014

(http://www.wipo.int/export/sites/www/ipstats/en/docs/infographics_pct_2014.pdf)

Pays	2014	Parts (%)
Etats-Unis	61 497	28,7
Japon	42 459	19,8
Chine	25 539	11,9
Allemagne	18 008	8,4
Corée du Sud	13 151	6,1
France	8319	3,9
Royaume-Uni	5282	2,5
Pays-Bas	4218	2
Suisse	4115	1,9
Suède	3925	1,8
Autres	27 987	13
Total	214 500	100

¹⁰⁹ Ibid.

¹¹⁰ Ibid.

¹¹¹ Ibid.

¹¹² <http://www.wipo.int/pct/fr/faqs/faqs.html>

¹¹³ Ibid.

Augmentation de 4,5% de 2013 à 2014.

Figure 1.2 : Domaines d'activités (applications publiées)

(http://www.wipo.int/export/sites/www/ipstats/en/docs/infographics_pct_2014.pdf)

Domaines d'activités	Nombre d'applications publiées	Croissance (de 2013 à 2014)
Technologies informatiques	17 653	19,4
Communication digitale	16 165	14,5
Machine électriques, appareillage et énergie	15 220	1,1
Technologies médicales	13 996	17,1
Mesures	9000	12,6

Voir : http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_901_2015.pdf

Figure 1.3 : Le « Top 5 » des entreprises déposantes :

Nom	Origine	Secteur d'activité	Applications PCT publiées
Koninklijke Philips electronics nv	Hollande	Technologie audio-visuelle	28 486
Panasonic corporation	Japon	Technologie audio-visuelle	28 224
Siemens	Allemagne	Appareils, énergie, machinerie électrique	21 695
Robert Bosch Corporation	Allemagne	Engins, pompes, turbines	20 577
Huawei Technologies Co	Chine	Communication digitale	16 869

Comme nous pouvons le constater, le Canada et plus particulièrement le Québec, ne se retrouvent pas dans les pays déposant le plus de brevets. En outre, selon des données prises par l'Observatoire des sciences et technologies de l'UQAM, le Québec se retrouve en queue de peloton en matière de brevets en comparaison avec les autres sociétés dites industrialisées¹¹⁴. Par contre, il se situe dans la moyenne canadienne. Les agents de brevet et les personnes travaillant dans le milieu de la

¹¹⁴ http://affaires.lapresse.ca/portfolio/propriete-intellectuelle/201510/08/01-4907954-mettre-en-valeur-la-culture-dubrevet.php?utm_content=buffer54c98&utm_medium=social&utm_source=linkedin.com&utm_campaign=buf

propriété intellectuelle diront que l'obtention de brevets permet la commercialisation de sa technologie en toute liberté et confiance¹¹⁵. Comme le mentionne monsieur Julien Lacheré¹¹⁶ : «Le but de ces protections, c'est de fournir des outils pour transformer l'innovation en flux de revenus». Toujours selon monsieur Lacheré, « [...] si une entreprise montre qu'elle a une stratégie pour augmenter la valeur de ses propriétés intellectuelles, elle deviendra encore plus intéressante aux yeux des investisseurs ».

En outre, le brevet représente un outil qui aide la conclusion d'accords de recherche et de développement et également des interactions encore plus rapprochées.¹¹⁷ À partir de cette vision, nous pouvons dire que le brevet intervient dans les phases préliminaires du processus d'innovation¹¹⁸. Il constitue un élément qui peut être employé dans une vision d'allocation de ressources mais avant toute chose, le brevet est utilisé dans une perspective de création de ressources (connaissances)¹¹⁹. De plus, le brevet d'invention peut faciliter la coopération entre diverses organisations et ce, à plusieurs niveaux¹²⁰ :

- Dans les étapes préliminaires de la collaboration, le brevet permet aux différentes parties prenantes de **signaler** leurs compétences et cela renforce alors le contact entre les partenaires. Aussi, le brevet reconnaît et défend la protection des avoirs antérieurs d'un collaborateur évitant d'être volé par son partenaire. Dans un monde « rêvé », cette protection permet d'amoinrir les risques de comportements dits opportunistes provenant de la participation et alors, d'augmenter les incitations à collaborer ;
- Le brevet possède un rôle important lors des négociations qui visent à déterminer les éléments essentiels de la collaboration entre les parties prenantes. Il représente une méthode formelle d'évaluer l'apport de chaque

¹¹⁵ Ibid.

¹¹⁶ Ibid.

¹¹⁷ Bureth, Antoine, Moritz Müller, Julien Pénin, et Sandrine Wolf (2007). « Brevet, innovation modulaire et collaboration - Le cas des vaccins géniques, *Revue d'économie industrielle* », Recherche et innovation dans les sciences du vivant , 120, p. 1-18.

¹¹⁸ Ibid.

¹¹⁹ Ibid.

¹²⁰ Ibid.

participant, de comparer d'une manière explicite et claire les compétences de chacun et ainsi, les brevets permettent de définir l'importance de chaque partie dans la nouvelle structure ;

- Le brevet limite la distance entre les acteurs qui peuvent être quelquefois disparates, puisqu'il constitue une base d'un langage commun qui peut être compris par toutes les parties prenantes. Le brevet se transforme alors en un élément de culture partagé par la majorité des acteurs de l'innovation. Ils peuvent aussi se combiner autour d'un projet commun.

En outre, selon monsieur Jacques Bernier, associé principal chez **Teralys** (Fonds québécois qui appuie les entreprises de haute technologie), les titres de propriété intellectuelle servent non seulement pour plusieurs de leviers commerciaux mais également ils confèrent de la valeur aux entreprises face aux potentiels investisseurs mentionnés précédemment.

De plus, si l'obtention de titres de propriété intellectuelle est effectuée de la bonne façon, permettant de savoir qui est réellement un inventeur (chaîne de titres claire), à savoir les véritables propriétaires, ceci constitue un avantage essentiel. Cette approche démontre le sérieux de l'entreprise et surtout qu'elle s'applique dans le nettoyage du «bruit» ou encore son impact qui aurait pu rendre inintéressante la technologie.

1.2. Coûts reliés à la protection de la propriété intellectuelle

1.2.1. Canada et États-Unis

Lorsqu'un dépôt d'une demande de brevet doit être effectué, cela ne constitue que la pointe de l'iceberg en regard des coûts afférents. En effet, dépendamment du plan d'affaires qu'une compagnie peut avoir, il faut protéger tous les marchés où cette compagnie désire investir. Conséquemment afin de démontrer quels seraient les coûts à déboursier, nous avons déniché un tableau provenant de la firme Robic établie à

Montréal. Nous avons pris comme exemple deux pays comme le Canada et les États-Unis¹²¹ (Figure 1.4):

Étape 1 (Optionnelle):		
Recherche préliminaire en nouveauté aux États-Unis, incluant notre opinion écrite (optionnelle, mais fortement recommandée)	Domaine Mécanique – À partir de 2600 \$ autres À partir de 3900 \$	
Préparation et dépôt d'une demande de brevet incomplète prioritaire (informelle ou provisoire) (optionnelle, peut avoir lieu avant ou après la recherche préliminaire en nouveauté)	À partir de 2250 \$ et plus	
Étape 2: Rédaction de la demande de brevet	À partir de 3400 \$ si une demande incomplète prioritaire a été préalablement préparée ou à partir de 5400\$ dans le cas contraire. Les coûts à prévoir varient, selon l'ampleur des travaux de rédaction, le nombre de dessins et le domaine technologique. La même demande peut être utilisée dans plus d'un pays. Certaines modifications formelles et des traductions qui nécessitent des frais supplémentaires sont à prévoir pour certains pays.	
	CANADA	ÉTATS-UNIS
Étape 3: Dépôt de la demande de brevet	À partir de 900 \$	À partir de 3000 \$
Préparation et dépôt des formulaires	À partir de 400\$	À partir de 400\$
Étape 4: A. Requête d'examen	800 \$ (850 \$ si effectuée après le dépôt de la demande)	(aucune)

¹²¹ http://www.robic.ca/admin/pdf/champs/1/Informations_generales_sur_les_brevets_Fr.pdf

B. Réponse à un rapport d'examen (plus d'une réponse peut être nécessaire)	800\$ et plus (par réponse)	À partir de 2500 \$ (par réponse)
Étape 5: Délivrance du brevet	745 \$	Environ 3000 \$
Frais de maintien en vigueur	À chaque année après le dépôt de la demande de brevet. 220\$ par année pour les cinq premières années et les frais augmentent graduellement par la suite.	Les échéances sont 31/2, 71/2, 111/2 ans après la date de délivrance du brevet. Les frais respectifs sont actuellement de l'ordre de 1300 \$, 2100 \$ et 3000 \$.
Autres travaux		

Donc, si nous faisons la somme des frais pour les deux pays, cela reviendrait approximativement à environ 40 000\$. Ce qui représente beaucoup d'argent. Nous n'avons pas encore examiné l'Europe ou même l'Asie.

Le Gouvernement du Québec en 2013 sous le régime du Parti Québécois avec à sa tête Madame Pauline Marois, mettait en place le programme «Premier brevet». Ce programme, qui fut ressuscité dernièrement, vise à rembourser la moitié des dépenses reliées à une première demande de brevet ou de protection par dessin industriel par une PME¹²². À la fin du processus, les compagnies peuvent se faire rembourser un montant pouvant atteindre 25 000\$. Cette initiative a été mise en place par le Gouvernement du Québec qui désire mettre en valeur une culture du brevet dans les PME. Par contre, selon l'avis de certains agents de brevet, ce programme demande énormément de paperasse due à une lourdeur bureaucratique certaine. Par conséquent, le temps que cela prend pour décortiquer les papiers à remplir ainsi qu'à soumettre, sans oublier l'aide des agents de brevet pour pouvoir se débrouiller et exercer leur expertise à travers cela, laisse présager que cette initiative n'en voudrait pas vraiment la peine.

¹²² Op. cit. note 114 (<http://affaires.lapresse.ca/portfolio/propriete-intellectuelle/201510/08/01-4907954-mettre-en-valeur-la-culture-du-brevet.php>)

1.2.2. Demande PCT – Demande internationale

Comme il fut mentionné précédemment, un pays, un brevet. Il s'avère donc que dans tous les États où une compagnie ou un particulier souhaite obtenir la protection par brevet, il faut déboursier des frais pour déposer une demande de brevet. Par conséquent, les coûts deviennent encore plus élevés puisque nous devons inclure, entre autres, les coûts de traduction. En outre, ce sont des frais qui peuvent être variables d'un pays à l'autre. Nous retrouvons des pays comme le Japon où les déboursés se retrouvent du côté supérieur du spectre. Pour démontrer ce que nous avançons, nous prendrons le même bureau d'agents de brevet pour démontrer les coûts que cela peut occasionner. Nous passons par la demande de brevet PCT en vue d'une meilleure compréhension et pour les biens de la cause¹²³ (Figure 1.5) :

Étape 1: Préparation de la demande de brevet PCT	S'il s'agit d'une demande basée sur une demande antérieure incomplète déposée dans le but d'établir une date de priorité (telle une demande de brevet provisoire):
	3 400 \$ et plus, selon l'ampleur des travaux pour compléter la demande et l'adapter aux exigences particulières du PCT.
	S'il s'agit d'une première demande à rédiger :
	5 400 \$ et plus, selon l'ampleur des travaux de rédaction, le nombre de dessins et le domaine technologique. La demande sera directement adaptée aux exigences particulières du PCT.

PHASE INTERNATIONALE

Étape 2 :		
A. Dépôt de la demande de brevet PCT :	À partir de 4500 \$ (selon le nombre de pages)	
B. Dépôt des formulaires nécessaires :	À partir de 400 \$	
C. Réception, étude et transmission du rapport de recherche international et de la première opinion écrite	À partir de 350 \$	
D. Modification des revendications suite au rapport (si nécessaire)	À partir de 1000 \$	

¹²³ [http://www.robic.ca/admin/pdf/champs/45/Informations generales sur les demandes PCT Fr.pdf](http://www.robic.ca/admin/pdf/champs/45/Informations_generales_sur_les_demandes_PCT_Fr.pdf)

Étape 3 : optionnelle		
A. Requête d'examen préliminaire international (incluant la préparation d'une réponse à la première opinion écrite	À partir de 2 600 \$	
B. Réception, étude et transmission d'une seconde opinion écrite ou du rapport d'examen préliminaire	À partir de 350\$	
C. Réponse à une seconde opinion écrite (si nécessaire)	À partir de 1000\$	

PHASE NATIONALE (choix des pays où la protection est souhaitée)

Étape 4 Entrée en phase nationale dans les pays où une protection par brevet est désirée	Entre 900 et 15 000\$ par pays	
Étape 5 Poursuite de la demande de brevet dans chaque pays	5000\$ et plus par pays	

Pour une jeune compagnie, aller à l'international peut devenir effectivement très onéreux. Après quelques petits calculs rapides, nous pouvons avancer que le montant à payer peut atteindre facilement 100 000\$ (dépendamment du nombre de pays choisis dans la phase nationale bien entendu).

1.2.3. Brevet unitaire – Cas européen

Dans le cas classique d'une demande européenne de brevet, un examen unique doit être mené par l'Office européen des brevets. Par la suite, la partie qui demande un brevet obtient plusieurs brevets nationaux (phase nationale), soit un brevet pour chaque pays choisi. Or, depuis plus de quarante ans, un débat fait rage en Europe. Voulant stimuler à la fois l'innovation, l'économie et encourager la compétitivité des compagnies européennes et surtout minimiser certains coûts importants que la protection par brevet peut engendrer, plusieurs pays européens souhaitaient la venue

d'un brevet européen unitaire¹²⁴. Cette « idée » d'un brevet dit unitaire ou communautaire remonte aux années 1960¹²⁵. Cependant en 1973¹²⁶, dans la convention de Munich, il y eut l'instauration d'une procédure unique de délivrance des brevets européens et ce, entre 20 États¹²⁷. Suite à l'insuccès de la Convention de Luxembourg de 1975, convention qui fut snobée par plusieurs États, ce n'est qu'en 1997 que cette réflexion sur le brevet communautaire fut relancée.

Cette même année-là, un ouvrage d'une grande importance fut publié, soit un *Livre vert* sur cette question. Lors de la publication de ce livre (http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/patent/docs/pat_fr.pdf), les gens dénotaient déjà que le système de brevets au sein de l'Union Européenne était laborieux, alambiqué, onéreux et surtout ne donnait pas l'assurance d'un titre unitaire au sein des pays membres. Cet ouvrage cherchait notamment à relancer la discussion, à soulever et à déterminer les concrètes nécessités concernant la protection par brevet et les nouvelles initiatives qui devraient être mises de l'avant. Plusieurs discussions ainsi que des propositions législatives furent proposées puis débattues. Par contre, encore une fois, ce dossier resta bloqué pendant de nombreuses années parce qu'une mésentente sur la question linguistique entre les pays membres persistait. Le 14 décembre 2010, 12 pays membres décidèrent de faire bouger les choses. Par conséquent, une coopération renforcée fut déclenchée dans le secteur de la protection unitaire par brevet¹²⁸. Par la suite, 13 autres États manifestèrent le désir de se joindre à cette coopération. En mars 2011, le conseil de « compétitivité » permit la proclamation d'une coopération renforcée avec la participation de 25 États membres¹²⁹. La **coopération renforcée**¹³⁰ permet à neuf pays ou plus de continuer sur un sujet donné et ce, en ultime recours, dans les situations où un consensus ne peut pas être obtenu pour l'ensemble de l'Union Européenne dans un délai

¹²⁴ <http://www.inpi.fr/fr/services-et-prestations/ressources-documentaires/etudes/questionnaire-brevet-unitaire.html>

¹²⁵ <http://www.touteurope.eu/les-politiques-europeennes/marche-interieur/synthese/le-brevet-unitaire-europeen.html>

¹²⁶ Ibid.

¹²⁷ Ibid.

¹²⁸ Ibid.

¹²⁹ Ibid.

¹³⁰ Ibid.

raisonnable. Également, les autres États membres ont la possibilité de rejoindre à n'importe quel moment la coopération renforcée que cela se passe avant ou après sa proclamation¹³¹.

Par ailleurs, ce titre de propriété intellectuelle à effet unitaire, gardera et respectera les règles et procédures mises en place dans la convention sur le brevet européen. Or, là où il y a une nette différence, réside dans le fait qu'obtenir un brevet unique, cela permettra de couvrir du même coup les 26 pays européens « de la coopération renforcée ». ¹³² Selon l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle¹³³, dans l'état actuel du système de protection des titres de propriété intellectuelle, un brevet européen détient la possibilité d'être validé, une fois délivré, dans tous les pays ou une partie des 38 états contractants de la convention sur le brevet européen¹³⁴. En fait, le nouveau système tend à obtenir un « brevet paneuropéen » unique¹³⁵. Le brevet unitaire aura une « saveur » beaucoup plus « hétéroclite ». En effet, ce ne sont que les pays membres de l'Union européenne qui peuvent être sous le joug du règlement sur le brevet unitaire. Par contre, plusieurs États contractants de la convention sur le brevet européen ne sont pas membres de l'Union Européenne, nous n'avons qu'à penser à la Norvège, la Finlande, le Danemark ou la Suisse¹³⁶. Le brevet unitaire ne pourra donc pas s'appliquer sur leur territoire. En outre, l'Espagne et l'Italie, deux pays membres de l'Union Européenne, n'ont pas adhéré au règlement. De surcroît, la Pologne a décidé de ne pas faire partie de ce système du brevet unitaire. En conséquence, la protection offerte par le brevet unitaire ne s'applique que dans quelques pays (entre 24 et 26 dépendamment des sources). Pour les autres pays, ils pourront continuer à faire des validations nationales. Ce brevet européen unitaire entrera en vigueur lorsque les 13 pays contractants ratifieront l'accord du 19 février 2013. En ce moment, 8 pays dont l'Autriche, la Belgique, la France et le Luxembourg ont ratifié l'accord. Les pays riches de l'Europe (Allemagne, France et

¹³¹ Ibid.

¹³² op.cit., note 124

¹³³ http://www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2014/03/article_0003.html

¹³⁴ Ibid.

¹³⁵ Ibid.

¹³⁶ Ibid.

Grande-Bretagne)¹³⁷ doivent signer cette convention pour espérer détenir une reconnaissance sérieuse.

Cette reconnaissance se rapproche tranquillement puisque le 28 novembre 2016, le gouvernement britannique annonçait qu'il allait ratifier l'accord relatif à une juridiction unifiée (JUB)¹³⁸. Cette prise de position de la Grande-Bretagne arrive à un moment plutôt particulier ; le régime JUB a été créé dans le cadre de la structure de l'Union Européenne (UE)¹³⁹. En effet, le Royaume-Uni a voté sa sortie de cette communauté européenne (BREXIT). Même si le gouvernement britannique avance que sa sortie de l'UE n'aurait pas d'impact quant à sa capacité de négociation, il n'en est pas moins sûr. Dans l'état actuel des choses, il ne semble pas clair que la Grande-Bretagne aura le droit de maintenir son adhésion au régime JUB après le BREXIT¹⁴⁰. Donc, même si ce pays a dernièrement ratifié le régime JUB, cet assentiment n'enlève pas l'ambiguïté voire l'incertitude quant à la portée des brevets unitaires délivrés ainsi que des litiges en cours aux termes du régime JUB après la sortie de la Grande-Bretagne de l'UE¹⁴¹. Par ailleurs d'une façon pragmatique, les entreprises doivent alors vérifier leurs stratégies de protection de brevets éventuelles en prenant pour acquis que le régime JUB deviendra une réalité et ce, même si des interrogations demeurent relativement stables et que le régime prendra forme après le BREXIT¹⁴². Selon ce qui est avancé par certaines personnes travaillant dans le domaine juridique européen, le Royaume-Uni pourrait continuer à adhérer au régime JUB¹⁴³. Par contre, ce maintien réclamerait à la Grande-Bretagne de se soumettre à la compétence de la Cour de justice européenne (CJUE). Ceci, représenterait un défi certain dans le contexte politique actuel¹⁴⁴.

Quant aux modalités de traduction du brevet unitaire, comme pour l'Office Européen des Brevets (OEB), il y aura trois langues officielles soient l'Allemand, l'Anglais et

¹³⁷ op.cit., note 124

¹³⁸ <http://www.nortonrosefulbright.com/centre-du-savoir/publications/145467/le-royaume-uni-decide-daller-de-lavant-avec-le-regime-de-jurisdiction-unifiee-du-brevet>

¹³⁹ Ibid.

¹⁴⁰ Ibid.

¹⁴¹ Ibid.

¹⁴² Ibid.

¹⁴³ Ibid.

¹⁴⁴ Ibid.

le Français. Comme autre modalité du brevet unitaire, celle-ci permet à son détenteur de bénéficier d'une traduction automatique. Or, tant et aussi longtemps que le système de traduction automatique ne sera pas efficient, le titulaire du brevet devra fournir une traduction intégrale du fascicule du brevet européen et sera obligé de la déposer en même temps que sa demande afin de bénéficier d'un brevet à effet unitaire. Comme autre détail, pour les demandeurs dont leur domicile ou leur siège social se situe dans un État membre de l'Union Européenne qui ne possède pas comme langue officielle une des trois langues de l'OEB, un système de remboursement supplémentaire des coûts de traduction de leur demande est prévu à cet effet. Les coûts en matière de traduction des brevets délivrés subissent un important allègement. Cette nouvelle facette du système du brevet unitaire pourrait être considérée comme une caractéristique avantageuse. De surcroît, le montant des taxes de maintien (de renouvellement) constituera également un critère déterminant. S'il est trop élevé, les déposants comme les PME vont (encore) être découragés. Pour les multinationales, si le brevet unitaire semble moins dispendieux, elles pourraient économiser de l'argent de cette façon.

Selon les sources que nous avons trouvées, les taxes semblent demeurer faibles pour les premières années :

- 600 € pour une période de 5 ans
- 4 685 € pour une période 10 ans
- 15 310 € pour une période de 15 ans
- 35 555 € pour une période de 20 ans

Pour le moment, il est encore tôt pour savoir qui et surtout comment le nouveau système sera perçu et surtout reçu. Certains s'entendent pour dire que les propriétaires de brevets choisiront le système qui leur coûtera le moins cher tout simplement. Plusieurs questions s'imposent : est-ce que cette nouvelle donne aidera à stimuler une économie européenne ? Est-ce que le nombre de brevets déposés aidera à retrouver une compétitivité dans les marchés internationaux ? Une chose est sûre, les coûts seront moins faramineux. Cela peut aider les entreprises n'ayant pas

nécessairement les ressources de financement requises. Par contre, de là à voir la solution à certains problèmes économiques, rien n'est moins sûr.

1.2.4. Enveloppe Soleau

L'enveloppe Soleau représente une création de l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) en France. Ce mécanisme, qui n'offre pas un titre de propriété intellectuelle, permet à son auteur de mettre une date sur la création de son œuvre et également l'identifie comme auteur¹⁴⁵. L'enveloppe Soleau constitue un moyen de preuve simple et abordable. Elle est surtout utilisée pour les droits d'auteur parce que pour les inventions, avec la disposition de premier déposant, cela n'aura aucun effet. Elle doit contenir des informations que l'auteur souhaite « dater », nous retrouvons alors une description (texte), des dessins, des photos, etc. Au Canada, nous pouvons également enregistrer des droits d'auteur et ce, même si la protection sur une œuvre originale est créée automatiquement.¹⁴⁶

Or, tout comme l'enveloppe Soleau, lorsque la personne enregistre son droit d'auteur, elle obtient un certificat d'enregistrement qu'elle peut éventuellement utiliser en cour afin de démontrer qu'elle a la propriété de l'œuvre protégée.

Après avoir exposé dans notre introduction différents éléments nécessaires à la bonne compréhension de l'environnement de la créativité et de la propriété intellectuelle, nous présenterons l'état de l'art dans la section suivante.

¹⁴⁵ <https://www.inpi.fr/fr/protoger-vos-creations/lenveloppe-soleau/enveloppe-soleau>

¹⁴⁶ http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernetinternetopic.nsf/fra/wr03915.html?Open&wt_src=cipo-cpyrght-main&wt_cxt=online

CHAPITRE 2. Revue de la littérature

2.1. Approche classique

2.1.1. Arguments pour le brevet d'invention

Le système de protection de la propriété intellectuelle, comme par exemple le brevet d'invention, confère à son ou ses titulaires un *monopole* sur une invention pendant une période de temps déterminée (Corbel, 2011 : 24). Cette approche dite classique constitue, pour plusieurs, la principale raison pour protéger leurs avoirs intangibles. Cette approche classique touche principalement les volets économiques, sociaux et utilitaires provenant des gains de l'innovation (Breakey, 2009 : 329). Les droits de propriété intellectuelle visent alors la recherche de motivation pour les innovateurs afin qu'ils créent des produits socialement attrayants (Breakey, 2009 : 329). Le brevet d'invention confère aux propriétaires un *droit de contrôle* sur la disponibilité d'un bien du marché pendant une période donnée et destiné à engendrer une ristourne pécuniaire (Lea, 2006 ; Corbel, 2011 : 24). Selon Arrow (1962 : 616), le processus de l'invention ainsi que de la recherche démontrent clairement qu'ils génèrent de l'*information*. Dans les industries dites traditionnelles, les droits de propriété intellectuelle protègent et surtout reconnaissent les efforts innovants des inventeurs (Arrow, 1962). Comme autre argument pour les droits de propriété intellectuelle, nous retrouvons le droit dit « naturel » de propriété (Breakey, 2009 : 329).

L'information comporte des caractéristiques très particulières. En effet, elle établit un bien non rival, en ce sens que n'importe qui peut l'utiliser ou la consommer et cela n'entache en rien sa « valeur », il n'y a pas de pertes directes qui y est associées (Encaoua et al., 2006 : 1425 ; Hopenhayn et Mitchell, 2001 : 152). Tandis qu'un bien privé est un bien dit rival ou concurrentiel et que la consommation que nous pouvons en faire réduit la disponibilité pour les autres (Encaoua et al., 2006 : 1425). Également, l'information détient une particularité de *non exclusivité*, i.e. qu'une fois le bien créé, rien ne peut empêcher les autres de l'utiliser (Encaoua et al., 2006 : 1425) à moins que ce bien soit protégé d'une quelconque façon. Par conséquent, dans un marché de biens économiques traditionnels, la compétition dite « parfaite » ne permet pas aux créateurs de recouvrer les coûts de leur innovation quand la production de la connaissance comporte des coûts

fixes et indivisibles quant à son investissement en recherche et développement (*Encaoua et al., 2006 :1425*). Également, les biens et services dans lesquels la connaissance est conçue, peuvent être produits ainsi que partagés à des coûts marginaux assez bas (*Encaoua et al., 2006 :1425*). À cause du caractère non compétitif (non rival) et non exclusif de la connaissance pouvant ainsi causer une défaillance du marché, l'intervention publique semble réclamer des stimulants monétaires provenant du privé afin d'inciter et engager des activités de recherche et développement. Les brevets d'invention représentent un outil et même un incitatif pour de nombreux inventeurs. Les innovateurs peuvent donc faire ce qu'ils souhaitent avec leur innovation et en ont l'*usus, le fructus et l'abusus*. Grâce à ce monopole, cette exclusivité dans le temps sur leur connaissance, le gouvernement incite l'investissement dans la recherche et le développement et du même souffle, la production de connaissances, de découvertes, d'inventions et d'innovations (*Encaoua et al., 2006 :1425*). Cette exclusivité permet aux inventeurs ou au propriétaire de l'invention, le cas échéant, de trouver la meilleure façon pour récupérer son investissement (*Encaoua et al., 2006 :1425*). Cette manière de procéder démontre clairement la liberté octroyée aux innovateurs. Également, puisqu'ils ont le champ libre quant aux façons de rembourser les dépenses engendrées par le développement de leur innovation, les détenteurs des droits de propriété intellectuelle font donc payer les usagers (*Encaoua et al., 2006 :1425*). Ainsi le gouvernement n'impose pas cet acquittement aux payeurs de taxes. De plus, comme avantage direct de la protection par brevet, les détenteurs de ce droit de propriété intellectuelle ne doivent pas donner de renseignements économiques ou financiers. En effet, cette information reste confidentielle. Enfin, pour obtenir éventuellement un brevet, les détenteurs des droits de propriété intellectuelle doivent obligatoirement divulguer leur innovation afin de diffuser la connaissance (*Office de la propriété intellectuelle du Canada ; Encaoua et al., 2006 :1425*). Cette vision dite « classique » de la protection des droits de propriété intellectuelle rejoint particulièrement ce que Schumpeter avançait dans son livre *Capitalisme, Socialisme et démocratie* (*Schumpeter, 1962*).

En effet, selon Schumpeter, pour que le capitalisme survive et que la diffusion de la connaissance se poursuive, il était nécessaire qu'il y ait une « destruction créative », à

savoir que ce qui est nouveau détruit ce qui était ancien afin d'être toujours à l'avant-garde (*Schumpeter, 1962 : 82-83*) :

[...] process of industrial mutation - if I may use that biological term - ... that incessantly revolutionizes the economic structure from within, incessantly destroying the old one, incessantly creating a new ... Creative destruction is the essential fact about capitalism. It is what capitalism consists in and what every capitalist concern has got to live in.

[...] Every piece of business strategy acquires its true significance only against the background of ... the perennial gale of creative destruction; it cannot be understood irrespective of it or, in fact, on the hypothesis that there is a perennial lull.

Schumpeter avançait également que la compétition qui sévissait dans un système économique n'était pas le plus faible coût moyen par unité mais bien l'innovation et la survie face à l'ouragan perpétuel que pouvait représenter la destruction créative (*Hillman Chartrand, 2013 : 2*). En outre, toujours selon Schumpeter, pour que cette quête de survie puisse se réaliser, le « droit de contrôle », voire le monopole de certains biens constitue « [...] a necessary evil in encouraging innovation » (*Schumpeter, 1962 ; Hopenhayn et al., 2012 : 2 ; Blaug, 2005 : 70*). Pour plusieurs auteurs (*Nordhaus, 1969 ; Hopenhayn et Mitchell, 2011 : 153*), si les innovateurs ne reçoivent pas une quelconque contrepartie (*Pollock, 2008 : 3*) à la recherche acharnée qu'ils ont effectuée pendant plusieurs années, ils ne voudront plus faire de recherche. En conséquence, le monopole offert par l'État, malgré le coût social que cela comporte, semble nécessaire afin de récompenser les inventeurs et aussi pousser la recherche plus loin. En outre, toujours selon Schumpeter, une compagnie qui détient un monopole sur des biens et ce, *sans aide gouvernementale*, ne vivra pas très longtemps (*Schumpeter, 1962 ; McKenzie et Lee, 2008*). Les droits de protection constituent certes une approche salutaire pour la propagation de la connaissance et la pérennité tant des entreprises que d'un système économique.

2.2. Approche actuelle

2.2.1. Management stratégique vs les brevets

Par ailleurs dans le cadre du management stratégique et juridique au sein d'une entreprise, plus particulièrement dans l'élaboration de la stratégie de propriété intellectuelle, le brevet représente un élément plus qu'essentiel. Le brevet fut entre autres mis en place afin de procurer les avantages suivants (*Corbel, 2011 : 25*) : protéger la technologie, ralentir l'ardeur des compétiteurs, encourager la recherche de redevances grâce aux licences et l'accord de licences dites croisées, stimuler la coopération en recherche et développement, donner une bonne image de l'entreprise auprès de possibles investisseurs, de clients et de partenaires éventuels, établir des standards et profiter des avantages internes offerts par les brevets. En effet, les brevets peuvent être utilisés comme outils de mesure, un système permettant de remettre des récompenses ou d'appliquer des sanctions, etc. (*Corbel, 2011 : 25*). Ils évaluent la performance en recherche et développement de l'entreprise. Également, à cause des récompenses qui peuvent leur être associées, les brevets constituent un outil de motivation (*Corbel, 2011 : 28*). Pour plusieurs personnes travaillant dans le domaine, ils revêtent le rôle d'outil de « *knowledge management* ». (*Corbel, 2011 : 28*).

En définitive, on peut légitimement se demander ceci : est-ce que les brevets d'invention apportent nécessairement un avantage compétitif (*Porter, 1990*) aux entreprises qui les déposent? Est-ce que les brevets répondent aux besoins des compagnies ? Selon Teece, souvent les bénéficiaires des retombées de l'innovation ne sont pas les inventeurs (innovateurs) mais leurs imitateurs (*Teece, 1986*). Plusieurs auteurs mentionnent que les coûts marginaux que pourraient engendrer les imitations sont à peu près nuls (*Pollock, 2008 : 3 ; Klemperer, 1990*) et que même les imitations représentent quelque chose de nécessaire.

Teece mentionne pour sa part que les brevets fonctionnent bien théoriquement mais en pratique, plusieurs nuances doivent être apportées à son point de vue (*Teece, 1986 : 287*). Ils offrirait une bonne protection dans des secteurs précis mais ils peuvent cependant être contournés très facilement et ce, à des coûts minimales. De plus, parce

qu'il faut fréquemment les protéger contre les contrefacteurs, les coûts que cela engendre peuvent être considérables (Teece, 1986 : 287). Dans ce contexte, les connaissances tacites et codifiées (Nonaka et Takeuchi, 1995) peuvent être affectées par les imitations ou l'espionnage industriel. Bien entendu, si une connaissance est dite « codifiée », cela signifie qu'elle fut articulée de manière compréhensible afin qu'elle puisse être transférée facilement et reçue tout aussi aisément (Teece, 1986 : 287). Ce faisant, elle est donc nécessairement susceptible d'être plus exposée face aux plagiaires. Tandis que pour les connaissances dites tacites, qui n'ont pas été formellement formulées ou qui sont encore abstraites, celles-ci sont plus difficiles à copier sans avoir le savoir-faire (Teece, 1986 : 287). D'ailleurs, la thèse de cet article démontrait que les « frontières » i.e. le positionnement d'une entreprise représente une variable stratégique cruciale et que la propriété des atouts *complémentaires* à une technologie (*complementary assets*) constitue un avantage primordial vis-à-vis les imitateurs. Comme nous l'avons brièvement mentionné précédemment, des inventions dites « *breakthrough* » sont extrêmement rares.

Généralement, ce qui est inventé de nos jours est basé fortement sur ce qui existe déjà ou sur ce qui se fait. Les inventions représentent alors des améliorations et des innovations provenant des autres. Dans le secteur technologique, tout change et se transforme à une vitesse vertigineuse. Par conséquent, les développeurs de produits voient leurs élans freinés par d'autres brevets ou demandes de brevets qui s'apparentent à ce qu'ils tentent de breveter, d'où l'importance grandissante des *licences croisées* (Teece et Grindley, 1997). Le mécanisme de licences croisées permet à un détenteur d'un brevet (détenteur A) d'accorder une licence de son brevet à un autre propriétaire de brevet (détenteur B). Le détenteur B accorde à son tour une licence de son propre brevet au détenteur A.

De ce fait, les entreprises se retrouvent en interdépendance technologique (Teece et Grindley, 1997 ; Corbel, 2011 : 25). Elles agissent ainsi afin de pouvoir avoir accès aux innovations de leurs concurrents (Corbel, 2011 : 25). Également, lorsqu'une entité possède un portefeuille imposant de brevets, cela lui donne un aplomb, un pouvoir de réplique vis-à-vis la compétition et aussi, une certaine protection contre les procès (Corbel, 2011 : 25 ; Lanjouw et Schankerman, 2001). De surcroît, lorsqu'une

technologie/innovation devient un standard industriel, les compagnies doivent changer leur fusil d'épaule stratégiquement parlant. En effet, certaines sociétés optent pour avoir une vision plus ouverte des tactiques de propriété intellectuelle. Elles penchent souvent pour des licences d'exploitation avec des concurrents soit directement ou grâce à des consortiums communément appelés « *patent pool* ». Les « *patent pools* » constituent des entités à but lucratif s'occupant de rassembler ainsi que d'administrer les brevets provenant de diverses compagnies. Elles effectuent diverses activités pour les sociétés qui en font partie : récolter les redevances, faire une veille technologique ainsi que faire face à de possibles poursuites en justice. Cette façon de procéder entre entreprises vise à abaisser les coûts d'une gestion individuelle des brevets. En outre, ce que les participants de ces groupes recherchent serait la valorisation de la recherche puisque les coûts de cette gestion, de transaction (*Williamson, 2007 ; Coase 1932 et 1960*) deviennent moindres et de nouveaux entrants peuvent alors accéder à leurs services. De plus, les technologies complémentaires sont intégrées et les litiges en contrefaçon diminuent (*Lampe et Moser, 2009 : 2*). Les autorités antitrust en font même la promotion. Elles considèrent que ces consortiums offriraient des bénéfices pro-compétitifs certains à cause de leurs nombreux avantages.

Pour les licenciés, les « *patent pools* » permettent une seule entrée pour une technologie. En effet, ils n'ont pas à négocier d'innombrables contrats avec chaque entreprise ayant des droits sur une invention. Ils peuvent obtenir ainsi un ensemble de licences. En agissant de la sorte, les licenciés se prémunissent contre des risques juridiques et s'« achètent » du même souffle un « *freedom-to-operate* ». Afin d'utiliser ce type de « solution », plusieurs prérogatives doivent être respectées. Selon le département de justice aux États-Unis, dans ses lettres d'affaires dans les dossiers des standards de DVD (ex. MPEG-Standard), neuf éléments essentiels furent énumérés afin de respecter les lois anti-trust (*WIPO, 2014 : 6 ; Lerner et Tirole, 2002 : 2*):

- Les brevets doivent être clairement identifiés et disponibles, tant en groupe qu'individuellement pour des licences d'exploitation ;
- Les brevets contenus dans le « pool » doivent être approuvés et non expirés ;

- Les brevets choisis constituent des brevets essentiels d'un point de vue technique. Un expert impartial doit déterminer si indubitablement les brevets sont indispensables ;
- Le « patent pool » est créé pour une durée limitée ;
- Les redevances proposées dans ce consortium doivent être raisonnables ;
- Il faut que les licences disponibles soient non exclusives et mondiales
- Les licenciés doivent avoir la liberté de développer et d'utiliser des brevets alternatifs ;
- Les licenciés doivent accorder en retour des licences non exclusives et non discriminatoires sur des brevets qui seraient essentiels pour s'adapter à la technologie ;
- Les participants du consortium n'ont pas le droit de comploter sur des prix à l'extérieur du domaine du consortium et ce, sur des produits dérivés.

Pour leur part, les *patent pools* ne constituent pas un phénomène nouveau. Ils existeraient depuis très longtemps (la machine à coudre en 1856 représente le premier cas répertorié de « patent pool » – *Lerner et Tirole, 2002 : 2*), ils feraient tout simplement un retour dans l'univers commercial. Un des cas les plus anciens a trait au domaine de l'aviation. En effet, les frères Wright détenaient un brevet sur l'avion alors que Glenn Curtis, un autre pionnier dans le domaine de l'aviation, possédait des brevets indispensables voire fondamentaux dans le perfectionnement de la configuration, le design, les engins ainsi que le contrôle des avions (*Lampe et Moser, 2009 : 2*). Les frères Wright avec leur brevet « bloquaient » Glenn Curtis (*Lampe et Moser, 2009 : 2*). Celui-ci ne pouvait pas produire des avions. Le gouvernement américain, devant leur obligation d'acheter des avions à l'étranger, décida de faire quelque chose. Il recommanda aux deux parties en cause de former un « *patent pool* ». Par conséquent en

1917, l'Association des manufacturiers de l'aviation (*Manufacturer's Aircraft Association*) fut créée (*Lampe et Moser, 2009 : 2*).

Certains modèles théoriques analysés sur les « patent pool » avancent qu'ils encouragent l'innovation (*Lampe et Moser, 2009 : 2*). Plus particulièrement, l'idée de former un consortium de brevets aurait comme conséquence d'inciter les compagnies à investir davantage en recherche et développement. De plus, la vitesse pour créer de l'innovation augmenterait (*Lampe et Moser, 2009 : 2*). Par contre, ces affirmations semblent difficiles à vérifier puisqu'il manque, pour le moment, des données empiriques (*Lampe et Moser, 2009 : 2*) car ceci prend du temps dans le secteur de la recherche et de l'innovation.

Toutefois, plusieurs personnes sonnent l'alarme pour les « patent pool ». En effet, certains consortiums ne suivraient pas les directives énoncées et agiraient d'une façon anti compétitive et le cas le plus patent, en ce moment serait celui de MPEG LA. Une pléthore de personnes le considèrent comme « patent pool » et d'autres, comme « patent troll ». Ce format continuera sans aucun doute à susciter encore beaucoup de questionnements et controverses.

2.2.2. Arguments contre les brevets d'invention

La question des brevets et de leur importance titillent et chamboulent le monde économique depuis bien des années. Dans les années 1850, en Angleterre, certains économistes, dont James Wilson et Walter Begehot, se demandaient si la loi protégeait réellement les inventeurs et du même souffle, aidait au développement industriel ou si au contraire, l'étouffait (*Le Pichon, 2006*). Ces questions entourant le régime de protection de la propriété intellectuelle sont survenues lors de l'Exposition universelle de 1851 à Londres. Certaines personnes craignaient de voir les nouvelles découvertes ou inventions présentées durant cette Exposition copiées puisque le monde entier était invité à cette célébration (*The Economist, 8-14 Août 2015 : 50*). Ces gens exigeaient que le système des brevets soit moins onéreux, plus accessible et facile à utiliser et plus coercitifs pour que leurs droits puissent être respectés (*The Economist, 8-14 Août 2015 : 50*). Ce que cela entraîna fut surprenant. En effet, plusieurs économistes plus libéraux trouvaient qu'au contraire, un marché libre, ouvert conjugué à une saine compétition

constituent des éléments qui aident l'économie. Tandis que pour eux, les brevets restreignaient tout cela. Allant même plus loin, ces économistes souhaitaient que les brevets soient carrément abolis (*The Economist*, 8-14 Août 2015 : 50). Ce mouvement abolitionniste était soutenu, entre autres, par le journal britannique *The Economist*. Un des auteurs de ce journal avança ceci sur les brevets (*The Economist*, 8-14 Août 2015 : 50):

« [...] excites fraud, stimulates men to run after schemes that may enable them to levy a tax on the public, begets disputes and quarrels betwixt inventors, provokes endless lawsuits (and) bestows rewards on the wrong persons ».

Ce débat fera rage pendant quelques années, soit de 1850 à 1875 (*Nicholas*, 2013 :11). Les Hollandais ont aboli leur loi sur les brevets en 1869 (*Nicholas*, 2013 : 11) parce qu'ils trouvaient que le monopole octroyé aux brevets était dommageable pour le marché et que les coûts de protection étaient prohibitifs. Or, à cause de pressions internationales, ils l'ont de nouveau adoptée en 1912 (*Nicholas*, 2013 :11).

En 2004, une étude faite par l'Académie nationale américaine des sciences (*America's National Academy of Sciences*) mentionnait déjà qu'à part certaines exceptions, comme le domaine de la médecine, la société se porterait mieux sans les brevets comparativement au « bordel » dans lequel le système de protection se trouve aujourd'hui (*The Economist*, 8-14 Août 2015 : p.51).

Les auteurs *Boldrin et Levine* avec leur ouvrage : *The case against patents* (2008 et 2012) avancent que les brevets ne remplissent pas du tout leurs fonctions classiques, soit de récompenser l'innovation et la diffuser (*The Economist*, 8-14 Août 2015 : 51).

Ces auteurs ont effectué plusieurs études empiriques afin de voir si, inévitablement, resserrer les règles sur les brevets cela allait augmenter les innovations. Ils arrivèrent à la conclusion qu'il n'y avait aucune preuve que la constriction des prérogatives entourant le régime de protection des brevets augmentait l'innovation. Tout ce que cela semble apporter constitue une augmentation des demandes de brevet déposées (*The Economist*, 8-14 Août 2015 : 51). Toujours selon l'ouvrage de *Boldrin et Levine*, plusieurs réformes furent mises de l'avant afin d'aider les régimes de protection des brevets, comme ce qui

fut le cas au Japon en 1988 (*The Economist*, 8-14 Août 2015 : 51 ; Sakakibara et Branstetter, 2001). Or, finalement, au Japon, toutes ces mesures n'ont pas servi de catalyseur, ni pour l'innovation, ni pour un accroissement des dépenses dans la recherche et le développement.

En outre, des changements furent apportés au cours des années sur ce qui peut être protégé par brevet et ce, dans de nombreux domaines afin, encore une fois, d'encourager l'innovation. Finalement, ces modifications ne semblent pas avoir eu l'impact escompté (*The Economist*, 8-14 Août 2015 : 51). Les auteurs *Boldrin et Levine* remarquèrent que peu importe l'industrie, les vagues d'innovation venaient lorsqu'il y avait des impulsions d'innovation avec beaucoup de participants. Les brevets venaient bien après, soit lorsque l'innovation devenait obsolète et que les entreprises souhaitaient exclure d'autres parties prenantes pour se protéger contre des poursuites juridiques (*The Economist*, 8-14 Août 2015 : 51). Les brevets donnent l'impression d'être créés à cause de la concurrence (*The Economist*, 8-14 Août 2015 : 51).

Comme autres inconvénients relatifs aux brevets, nous retrouvons les demandes de brevet dites « sous-marines ». Normalement, lorsqu'une demande de brevet est sollicitée, il faut faire une description précise et authentique de ce que représente notre innovation. Ceci fait partie du processus pour l'obtention d'un brevet pour ainsi ajouter aux connaissances mondiales et diffuser l'innovation. Or, il y a des personnes ou des compagnies qui ne souhaitent pas que leur technologie soit retracée. Elles désirent que celles-ci restent *sous le radar* en mettant des informations plutôt vagues et nébuleuses dans l'application de leur demande de brevet. Également, elles jouent avec le système mis en place pour que leur demande de brevet prenne du temps à être émise. Elles étirent les délais. Elles agissent de la sorte afin de voir les progrès qui se font ou qui vont se faire dans leur domaine de prédilection et surtout, les inventions qui ressemblent à leur technologie.

Lorsqu'elles retrouvent des personnes qui détiennent une innovation qui s'apparente à la leur, elles ressortent de leur cachette et demandent des frais de licence (*The Economist*, 8-14 Août 2015 : 51).

Sans oublier les « patent trolls ». Comme nous l'avons vu, ces entreprises utilisent les besoins d'investissement des compagnies afin de se construire un portfolio de brevets d'invention. Par la suite, ces compagnies « bidons » usent de l'arme judiciaire, plus particulièrement de la poursuite en contrefaçon afin de ravir de l'argent aux sociétés novatrices (Pénin, 2010 : 36). En fait, ce que le troll souhaite c'est de provoquer un litige en contrefaçon. Comme le mentionne Julien Pénin : « Le « patent trolling » constitue une certaine forme de spéculation sur la propriété intellectuelle et plus particulièrement sur le litige de brevets » (Pénin, 2010 : 36).

Si les brevets semblent ne pas apporter les effets escomptés, alors pourquoi continuent-ils à être utilisés et ce, partout dans le monde ? Parce que pour plusieurs, les brevets représentent une mesure « tangible » de leur progrès. Également, les brevets permettent de se « défendre » contre les autres concurrents. Il appert qu'entre **40% et 90%** des brevets octroyés vont rester sur les tablettes. Ils ne seront jamais utilisés par leurs propriétaires. Par contre, ils sont utilisés pour repousser leurs adversaires et les bloquer dans leurs élans d'innovation. Les intéressés et les mieux nantis peuvent donc se poursuivre en cour afin de faire valoir leurs droits. De surcroît, les compagnies se voient confrontées au phénomène des « patent thicket ». Selon Carl Shapiro (2001: 1-2), un « patent thicket » représente :

a dense web of overlapping intellectual property rights that a company must hack its way through in order to actually commercialize new technology. With cumulative innovation and multiple blocking patents, stronger patent rights can have the perverse effect of stifling, not encouraging, innovation.

Par conséquent, il devient de plus en plus difficile pour un fabricant de lancer un nouveau produit. Les possibilités qu'il se fasse prendre dans un panier rempli de multiples brevets sont assez grandes et à juste titre plausibles.

Comme autres arguments contre la protection par brevet d'invention, ceux-ci touchent particulièrement le volet monétaire et la contrepartie que les détenteurs de brevet peuvent obtenir. Il y aurait un décalage dû aux pertes provenant du monopole (Encaoua

et al., 2006 : 1426). En outre, il semble difficile pour les inventeurs d'estimer un important montant pour payer les coûts de recherche et développement et aussi, pour comprendre le coût social lié à la valeur de leur découverte (*Encaoua et al., 2006 : 1426*). De plus, les brevets ne semblent pas apporter les stimulants souhaités en regard des inventeurs. Ceux-ci ne souhaitent pas développer nécessairement des inventions intéressantes socialement puisqu'elles profitent également aux autres chercheurs (*Encaoua et al., 2006 : 1426*). La course aux brevets génère aussi des duplications des ressources. Les brevets créés ressemblent plus à des substituts des produits et non plus des produits dits complémentaires (*Encaoua et al., 2006 : 1426*). De surcroît, respecter les brevets des autres, faire des recherches en ce sens, toute cette gestion demande des ressources financières énormes.

2.3. Le cas particulier de l'industrie pharmaceutique

Pour sa part, l'industrie pharmaceutique représente un marché en soi. Comme le mentionne l'auteur Joseph M. Gabriel dans son ouvrage : « *Medical Monopoly: Intellectual Property Rights and the Origins of the Modern Pharmaceutical Industry* » (2014), lorsque nous consommons des produits pharmaceutiques, nous ne réalisons pas tout le travail qui a été effectué en amont. En effet, ces produits constituent le résultat d'années de recherche scientifique extrêmement complexes où d'innombrables personnes travaillèrent d'arrache-pied afin d'arriver à un résultat commercialisable. Pour plusieurs, l'industrie pharmaceutique représente un secteur important de notre économie mais également, elle vise la promotion de la santé. Bien entendu, parce que cette industrie demande des investissements gigantesques en recherche et développement, sans oublier dans les activités promotionnelles pour faire connaître leurs produits, ces parties prenantes souhaitent pouvoir rentrer dans ses coûts. Par conséquent, le fait de posséder plusieurs brevets, leur permettant d'avoir le monopole sur des médicaments constitue un aspect recherché de ce domaine. Certaines critiques s'élèvent pour décrier cet amalgame entre le développement scientifique pharmaceutique et la course effrénée pour le profit. En outre, d'autres jugent que les brevets ne devraient pas jouer un rôle si prédominant dans le développement commercial des médicaments. De plus, il y a des débats autour de la durée du monopole des brevets pharmaceutiques et des répercussions

que cela peut avoir sur la société. Par contre, malgré les contestataires, il est extrêmement exceptionnel de voir des individus qui souhaitent l'abolition pure et simple de cette protection légale pour cette industrie. Il est intéressant à ce stade-ci d'expliquer quelque peu l'évolution de la protection des droits de propriété intellectuelle dans le domaine pharmaceutique. Avant la Guerre civile aux Etats-Unis, breveter des produits pharmaceutiques était considéré comme étant non éthique et ce par de nombreuses personnes œuvrant dans ce secteur (*Gabriel, 2014 : 2*). Or, après la Première Guerre Mondiale, quelques compagnies pharmaceutiques optèrent pour la protection par brevet de leurs produits. En conséquence, tout le volet « éthique » fut graduellement substitué par une stratégie de commercialisation et de croissance corporative dans laquelle la protection par brevet représentait un aspect important (*Gabriel, 2014 : 2*).

Par ailleurs, l'industrie pharmaceutique fonctionne différemment par rapport aux autres secteurs économiques. En effet, dans le domaine des produits électroniques par exemple, les compétiteurs « partagent », à l'aide de licences croisées, leurs technologies afin de les commercialiser comme nous l'avons indiqué précédemment, puisque souvent, ce qui est découvert représente une amélioration de ce qui existe déjà (*Lehman, 2003 : 4*). Or, dans le secteur des procédés ou composés chimiques, les compagnies ne veulent pas ce type de répartition. Elles veulent être les seules détentrices des brevets qu'elles possèdent. Pourquoi recherchent-elles un monopole exclusif ? Principalement parce que comparativement aux autres industries présentes sur le marché qui nécessitent des infrastructures manufacturières onéreuses et complexes, les produits pharmaceutiques brevetés peuvent être contrefaits aisément avec des investissements très faibles. Alors, puisque les industries pharmaceutiques dépensent principalement dans la recherche et le développement de produits, les essais cliniques et beaucoup moins dans la production du produit final, le monopole conféré par les brevets représentent une façon effective pour protéger leurs droits et surtout, pour obtenir un retour positif de leurs investissements (*Lehman, 2003 : 5*).

Par contre, cette façon de procéder ne vient-elle pas à l'encontre des bases sous-jacentes du droit à la santé ? Le droit des brevets vise à encourager l'innovation grâce à l'obtention d'un monopole qui limite l'emploi libre de l'information permettant de

réaliser ou d'améliorer l'invention protégée. Est-ce que la protection par brevets d'invention permet de stimuler la recherche biomédicale et donc, de servir le droit à la santé ou si au contraire, ce régime de protection vient-t-il nuire à ce principe fondamental en valorisant la privatisation des innovations essentielles et utiles en santé ainsi que les produits qui en découlent. (*Joly et Schorno, 2006 : 65-66*) ? En effet, à de nombreuses reprises, le droit des brevets se voit accuser de générer des limites ainsi que des obstacles face à l'exercice tangible et efficient du droit à la santé (*Joly et Schorno, 2006 : 80*). Ces inconvénients se feraient sentir principalement par des limitations à l'accès aux médicaments, aux produits biotechnologiques ainsi qu'aux tests génétiques à cause de leurs coûts élevés et également, par un certain ralentissement de l'innovation (*Joly et Schorno, 2006 : 80*). L'accroissement massif du nombre de brevets et l'exercice « trop systématique » (*Joly et Schorno, 2006 : 80*) du droit de brevet par les entreprises pharmaceutiques vis-à-vis des pays en voie de développement associés à la prolifération des parties prenantes dans cette prospection compétitive exaltée constitueraient les causes de ces observations (*Joly et Schorno, 2006 : 80*). Aucune étude empirique (*Joly et Schorno, 2006 : 81*) ne démontre de façon claire les appréhensions soulevées à l'égard des brevets dans les pays dits développés ni les répercussions intéressantes et bénéfiques attendues sur l'innovation dans les pays en voie de développement. Néanmoins, dans les pays du tiers-monde ayant de sérieux problèmes à offrir à leur population de la médication jugée nécessaire, voire essentielle, l'impact des brevets est bien réel (*Joly et Schorno, 2006 : 81*). Selon Bernard Remiche « [...] de plus en plus, ce qui est protégé c'est l'investissement financier lié à la recherche et au développement, plus que la création elle-même » (*Remiche, 2004 : 126*).

Comme le propose Amartya Sen, des agencements institutionnels donneraient la possibilité de sûrement mieux répartir les richesses du monde, comme par exemple en renforçant la diffusion du savoir et de la connaissance, en valorisant le commerce équitable et en développant des politiques publiques nationales mieux adaptées (*Sen, 2002*). De plus, la mondialisation pourrait amener les individus à souhaiter une généralisation de la bonne santé comme étant un droit humain fondamental (*Joly et Schorno, 2006 : 94*). En fait, les auteurs *Joly et Schorno* avancent qu'il serait temps de changer l'ordre de certaines priorités sociétales et de mettre de l'avant la Loi au sens

noble du terme, soit cette Loi universelle qui procure la santé aux hommes. Tout ceci peut se faire sans négliger les inquiétudes financières des multinationales tout comme les bénéfices engendrés par les régimes de protection de la propriété intellectuelle.

2.4. Le brevet – Élément de coordination

L'émergence des innovations survient via des connaissances communes propres aux novateurs. Si ceux-ci ne détiennent pas un terrain fertile avec des vases communicants ou encore des fondements semblables, leurs inventions potentielles ne seront tout simplement pas comprises parce qu'elles n'auront pas le même langage (*Cohendet et al., 2006*). En fait, un modèle technologique ne pourra pas être déployé si la construction préparatoire du bien, à savoir la base de connaissances communes n'est pas clairement établie (*Cohendet et al., 2006*).

Par la suite, la création des innovations se fait sentir et pour avoir une certaine certification ou une forme de validation de leur invention, les créateurs utilisent comme outil le brevet d'invention. Par conséquent, le brevet ne sert plus qu'à obtenir éventuellement des royalties mais également, ils participent à la facilitation des rapprochements entre les parties prenantes de l'innovation (*Cohendet et al., 2006*). Qui plus est, les brevets portent en eux deux aspects : être un outil de coordination et un outil d'incitation. Comme nous l'avons indiqué précédemment, le troc que les inventeurs font avec le gouvernement vise à obtenir un monopole d'une durée fixe pour la divulgation, à offrir une description de la technologie pour alimenter le marché et à agrémenter le bassin de connaissances. Subséquemment, après le dépôt de la demande de brevet, l'invention est publiée après 18 mois. Or, une demande de brevet (*Cohendet et al., 2006*) ne donne pas que des informations relatives à la technologie à protéger mais aussi sur les personnes qui sont à l'origine de l'invention de même que les compagnies qui en sont les propriétaires, etc. Dans le cadre de notre travail, une partie importante de celui-ci réside dans la recherche de brevetabilité liée à des inventions. Cela nous permet de voir les acteurs dans le domaine dont les inventeurs influents ainsi que les sociétés qui déposent les demandes de brevet. Nous recherchons cela pour trouver des partenaires potentiels pour effectuer des contrats de licence d'exploitation, des cessions de droits de propriété intellectuelle, des chaires de recherche industrielles, etc. Nous sommes, par conséquent,

aux premières loges pour voir à l'oeuvre les acteurs de l'innovation. Grâce à la protection par brevets, il devient alors plus facile de faire des transactions de ce type puisque la recherche est protégée. De surcroît, le brevet peut être utilisé non pas comme moyen dissuasif (*Cohendet et al., 2006*), mais bien comme monnaie d'échange afin d'acquérir la possibilité d'utiliser de nouvelles technologies nécessaires par exemple pour le développement d'une technologie (ex. : les licences croisées). En fait, le brevet constitue bien plus qu'un instrument de dissuasion pour se protéger contre la concurrence mais plutôt comme un élément qui viendrait structurer l'innovation collective.

2.5. La contrainte juridique – Catalyseur de la créativité (petite incursion dans les droits d'auteur)

Concernant la contrainte, l'auteur A. Gide mentionne ceci : « L'art est toujours le résultat d'une contrainte. Croire qu'il s'élève d'autant plus haut qu'il est plus libre, c'est croire que ce qui retient le cerf-volant de monter, c'est sa corde ». – **André Gide – 1904.**

Cette citation marque le début d'un texte très intéressant démontrant que la contrainte dans le domaine des arts, donc, tout ce qui touche les contraintes occasionnées par les droits d'auteur, augmenterait la créativité (*Fishman, 2015*). Bien entendu, comme nous l'avons déjà identifié, les régimes de protection de la propriété intellectuelle constituent, selon la littérature, le fameux « *necessary evil* », le mal nécessaire, souvent mentionné. Selon cet auteur, la critique s'attarde surtout sur la démonstration de ce que les innovations, les créations pourraient être et donner ou encore ce que les créateurs pourraient faire s'il y avait moins de contraintes et pas vraiment sur ce que les restrictions peuvent occasionner comme créations sur les innovateurs en aval. En fait, comment ces créateurs font pour innover avec la contrainte que peut représenter le droit d'auteur (*Fishman, 2015 : 1336*). Selon l'auteur, si nous scrutons attentivement ce qui se retrouve dans une œuvre, nous constaterons que celle-ci se positionne autour de plusieurs règles avec lesquelles elle doit jouer. Il donne comme exemples la structure d'un sonnet, les techniques de base dans un ballet, la composition d'une sonate (*Fishman, 2015 : 1337*). Par ailleurs, certains avancent que quand la pensée se voit obligée, voire freinée, par des limites ainsi que par des obstacles, celle-ci ne retourne pas

vers des idées déjà vues ou antérieures (*Fishman, 2015 : 1337*). Somme toute, l'imagination humaine aurait besoin d'un peu de résistance pour pouvoir créer (*Fishman, 2015 : 1337*).

Par ailleurs, l'intuition de base qui démontre que la contrainte constitue une « force positive » quant à la créativité, prend sa source dans la surabondance (*Fishman, 2015 : 1360*). En effet, plus nous trouvons des ressources, plus il est facile de trouver et de résoudre des problèmes en se basant sur l'art antérieur. Il faut savoir qu'un peu de liberté représente quelque chose de critique, mais, trop de liberté, apporte de l'immobilisme (*Fishman, 2015 : 1360*). Ce genre de manifestation provient de mécanismes cognitifs associés à la créativité. Le fait d'augmenter le nombre de contraintes, cela nous pousse à nous sortir d'une certaine forme de pensée plus « conformiste ». Les embûches, les entraves, les obstacles semblent pousser les individus dans de nouvelles avenues et non dans les mêmes modèles connus, bien développés. Au lieu de se conformer aux « patrons » déjà utilisés, les contraintes poussent les personnes à produire de nouvelles idées. D'ailleurs, cette approche touchant le côté cognitif de la créativité est mieux connue sous le nom de « *The Path of least resistance theory* » (*Fishman, 2015 : 1361*). Par conséquent, malgré les règles de droit apportées par les droits d'auteur, ceux-ci ne devraient pas couper la créativité mais plutôt la « catalyser ».

2.6. L'innovation frugale (*Haudeville, 2016*)

L'innovation frugale ressemble un peu à ce qui a été mentionné plus haut. Or, ici, nous ne parlons pas spécifiquement des contraintes juridiques apportées par le droit d'auteur. Pour ce qui est de l'innovation frugale, comme son épithète l'indique, les individus recherchent des solutions efficaces, abordables et ce, dans des conditions qui ne sont pas évidentes. Aussi appelé le *jugaad* (substantif indien), ce type d'innovation se retrouve plus souvent qu'autrement dans les pays émergents où les ressources peuvent être parfois limitées. Les gens, par nécessité, doivent faire preuve d'ingéniosité, de débrouillardise. Malgré un contexte plus difficile et une multitude d'obstacles provenant de sources diverses, il est possible d'être créatif. Par conséquent, faire plus avec moins.

2.7. Nouveau contexte économique

2.7.1. L'économie de la connaissance

Dans le cadre de notre travail, nous sommes confrontées à une forme beaucoup plus participative des différentes parties prenantes entourant un projet scientifique. Les professeurs de notre université collaborent avec une multitude d'intervenants à l'externe. En cette ère moderne, les frontières disparaissent, les délimitations deviennent excessivement difficiles à repérer ou à tracer et les idées fusent à une vitesse vertigineuse. Également, il devient extrêmement laborieux, voire ardu, de reconnaître qui constitue un réel inventeur au sens de la loi. Cette nouvelle forme de réalité s'explique par le fait que nous nous retrouvons dans une économie de la connaissance au développement exponentiel.

Signalons que l'économie *de la connaissance* ou *l'économie du savoir* provient de la réalisation du rôle du savoir et de la technologie dans la croissance économique (*Organisation de coopération et de développement économiques [OCDE], 1996 : 9*). La connaissance ou le savoir comme « capital humain » et inclus dans les technologies était toujours présent et occupa une place primordiale dans le déploiement économique (*Organisation de coopération et de développement économiques [OCDE], 1996 : 9*). Par contre, ce n'est que dans les dernières années que cette omniprésence du savoir ainsi que son importance furent reconnues. Or, nous nous retrouvons dans une économie où tout va rapidement. La création se voit créée et ce, à un rythme soutenu et très vite, la connaissance devient donc obsolète (*David et Foray, 2002 : 13*).

Nous sommes actuellement témoins d'améliorations technologiques et scientifiques sans précédent (*David et Foray, 2002 : 13*). Plusieurs défis surgissent de cette effervescence et les secteurs économiques ne comportent pas la même vivacité de développement. En outre, les communautés de connaissance, phénomène nouveau depuis ces dernières années, forment de nouvelles institutions provenant de l'économie du savoir. Elles représentent des réseaux de personnes qui recherchant la production ainsi que la diffusion de nouvelles connaissances et qui s'unissent avec des personnes appartenant à des groupes hétéroclites, parfois même concurrents. Par conséquent, dans une économie

basée sur le savoir, une démonstration de son développement représente l'infiltration des communautés de connaissances dans les organisations traditionnelles et classiques afin d'apporter une valeur ajoutée. Ces communautés constituent un pont entre ce qui se passe à l'intérieur de leur entreprise et à l'extérieur. Par conséquent, ces groupes élargissent leurs activités et ainsi « agissent comme des agents de transformation de l'économie tout entière » (*David et Foray, 2002 : 13*).

Le capital intangible semble supplanter le capital tangible et parce qu'il y a eu révolution technologique considérable grâce à notre entrée dans l'ère digitale, nous ne pouvons plus voir notre économie de la même manière. Grâce à Internet, nous avons l'opportunité de connaître et d'obtenir immédiatement de l'information, de diffuser des connaissances, d'être à l'affût de tout ce qui se passe en temps réel et surtout, gratuitement (*David et Foray, 2002 : 17*). Les entreprises doivent prendre tous ces éléments en compte pour ne pas être dépassées et parvenir à tirer leur épingle du jeu. Ce n'est pas toujours évident de le faire puisqu'il y a beaucoup plus de joueurs sur le marché.

2.7.2. Les entreprises créatives

Les entreprises créatives représentent le principal catalyseur dans une économie basée sur la connaissance (*Bach et al., 2010 : 59*). Les industries dites créatives créent et exploitent le champ de la propriété intellectuelle notamment dans les secteurs artistiques (musique, livres, cinéma, jeux), dans le domaine du marketing et des communications, dans le milieu technologique (jeux vidéo), etc. Elles se retrouvent un peu partout et elles mélangent les environnements afin de faire jaillir encore plus de création. Dans la vision classique des industries et de la protection par brevet, l'objectif vise la reconnaissance des efforts innovants d'une société (*Arrow, 1962; Bach et al., 2010 : 60*).

Dans cette approche traditionnelle, la valorisation et la reconnaissance par brevet ne bénéficieront pas aux innovateurs de façon individuelle, ce n'est pas important, mais, bien à la compagnie dont ils sont les employés (*Bach et al., 2010 : 60*). Dans le cas d'une entreprise créative, le processus de création s'effectue différemment. Les diverses parties prenantes dans un processus de création travaillent de façon collective et cette centralisation demande beaucoup d'intervention, d'interaction ainsi que de la

coordination (Bach et al., 2010 : 60). Le meilleur exemple de ce qu'est une entreprise créative, référons-nous à une compagnie dynamique qui produit des jeux vidéos comme Ubisoft. Lorsque nous sommes allées la visiter lors de l'École d'été en management de la créativité édition 2012, les employés nous ont démontré comment et qui s'étaient impliqués dans le projet de création d'un jeu vidéo comme *Assassin's creed*. Pour ce faire, des centaines de personnes avaient mis l'épaule à la roue. Nous pouvons penser, bien entendu aux designers de jeux, aux artistes, mais, aussi aux musiciens et même aux historiens afin de bien représenter l'époque durant laquelle l'action du jeu se tenait. Donc pour certains auteurs (Bach et al., 2010 : 60), les parties prenantes faisant partie du processus de création représentent les communautés créatives, les individus novateurs et les firmes. La vision traditionnelle de génération ou production de propriété intellectuelle est assez ciblée et précise tandis que dans une entreprise créative, c'est tout le contraire. C'est quelque chose de beaucoup plus éparpillé et dispersé (Bach et al., 2010 : 60). Tout se fait dans un environnement plus ou moins formel et très ouvert. Dans ce type de milieu, contrairement à ce que nous pouvons retrouver dans des entreprises classiques, il n'y a pas de lois ou de règles préétablies (Bach et al., 2010 : 60). Le véritable défi se retrouve là parce qu'il y a tellement de bouillonnement d'un point de vue créatif, qu'il faut savoir le « canaliser », voire le « codifier » et le rendre éventuellement économiquement viable. Cet aspect du processus créatif est effectué par les communautés créatives appelées souvent Start Up. Elles permettent de synthétiser toute cette effervescence d'information créative afin de trouver un langage commun, une connaissance fédérative pour que finalement un produit puisse sortir sur le marché.

Comme nous avons pu le voir dans l'ouvrage des auteurs *Nonaka et Takeuchi* (1995), la création de connaissances constitue une spirale incessante entre les connaissances tacites et les connaissances codifiées. C'est une circulation absolue et fluide de combinaisons, d'internalisation, de socialisation et d'externalisation.

Voici quelques figures expliquant l'importance de cette économie :

Figure 2.1 – Référence : <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-fr.pdf>

Évolution des exportations mondiales de biens et services créatifs entre 2002 et 2011

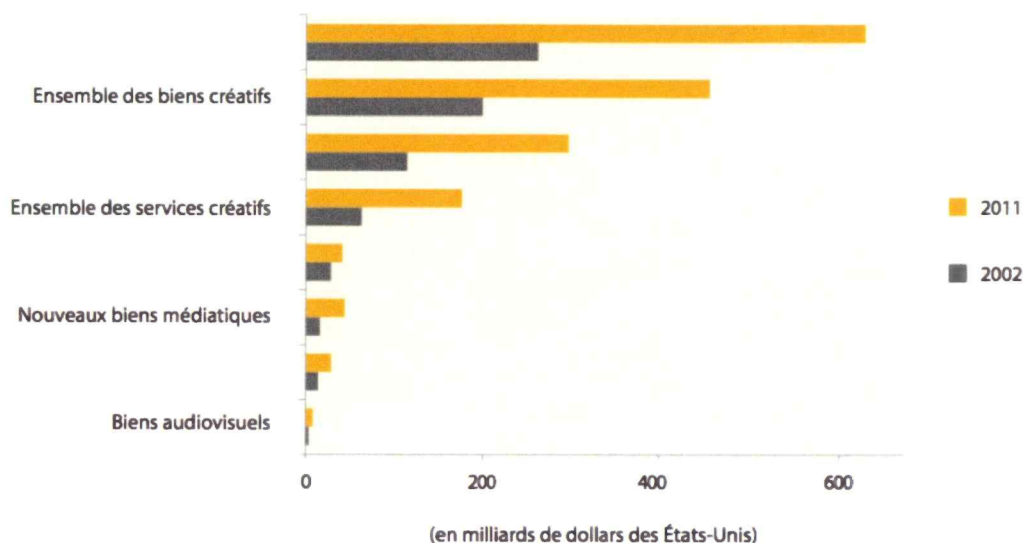


Figure 2.2 - <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-fr.pdf>

Biens créatifs : exportations par type de groupe économique en 2002 et 2011 (en millions de dollars des États-Unis)

	Monde		Pays en développement		Pays développés		Pays en transition	
	2002	2011	2002	2011	2002	2011	2002	2011
Ensemble des biens créatifs	198,240	454,019	73,890	227,867	123,169	222,597	1,181	3,555
Artisanat d'art	17,503	34,209	9,201	23,383	8,256	10,653	45	172
Audiovisuel	455	492	35	90	417	400	3	2
Design	114,694	301,262	53,362	172,223	60,970	127,239	362	1,800
Nouveaux médias	17,506	43,744	4,412	14,607	13,071	28,918	23	219
Arts de la scène	2,754	-	250	-	2,478	-	26	-
Édition	29,908	43,077	3,157	8,106	26,061	33,650	690	1,321
Arts visuels	15,421	31,127	3,474	9,456	11,916	21,631	31	40

Figure 2.3 - <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-fr.pdf>

Le business mondial touchant les biens et services créatifs a effectué une performance hors du commun ces dernières années.

En 2011, la valeur de 624 milliards de dollars américains fut enregistrée aux Etats-Unis (réf : <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-fr.pdf>). Le commerce international des produits et services créatifs aurait plus de doublé entre 2002 et 2011. Son taux de croissance annuel serait autour de 8,8% (réf : <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-fr.pdf>).

Or, certains problèmes minent le processus créatif dans ce type d'entreprise. S'il n'y a pas une certaine rigueur dans l'intégration des connaissances, les firmes risquent de tomber dans le chaos. S'il y a trop de prérogatives à suivre et de normes à respecter, la créativité s'en sentira brimée. Par conséquent, il peut être difficile de trouver un juste milieu entre les trois parties prenantes du milieu créateur (*Bach et al., 2010 : 60*) et l'importance que celles-ci peuvent donner tant à la propriété intellectuelle et la créativité et comment bien les arrimer le cas échéant.

2.8. Constatations et conclusion

La revue de la littérature nous aura permis de circonscrire divers aspects de la propriété intellectuelle dont certains reliés à son évolution, sa protection et son avenir. Nous avons vu lors de cette révision que la nouvelle économie de la connaissance représente la pierre angulaire de notre époque. Nous constatons donc que le capital intangible supplante largement le capital tangible. De plus, les firmes créatives deviennent de plus en plus présentes et possèdent un mode de fonctionnement différent de la firme traditionnelle. Les entreprises créatives optent pour un mode de fonctionnement plus ouvert, collectif et hétérogène face au régime de protection des droits de propriété intellectuelle qui se veut plus précis, focalisé et réglementé. Avec l'ère digitale, la gratuité, la rapidité de transmission de la connaissance, il est plus que temps d'essayer de trouver des alternatives possibles ou des solutions viables. La propriété intellectuelle se trouve donc à la croisée des chemins pour ce qui est de sa plus-value. Par conséquent, nous allons, entre autres, nous pencher sur les communautés créatives émergentes qui

tentent de trouver une voie divergente et qui utilisent de nouveaux modèles d'affaires adaptés à la réalité actuelle.

Dans le prochain chapitre, nous allons détailler le cadre théorique que nous comptons utiliser afin d'analyser un modèle d'affaires hybride ainsi que la viabilité de celui-ci.

CHAPITRE 3. Cadre d'analyse

3.1. Introduction

Notre question de recherche : Comment les régimes de protection de la propriété intellectuelle, plus particulièrement le brevet d'invention, se comportent-ils dans la nouvelle économie de la connaissance : comme des déclencheurs de créativité ou plutôt comme des inhibiteurs?

Dans cette partie de notre ouvrage, nous allons spécifier les notions et les concepts sur lesquels nous souhaitons nous fonder pour approcher notre objet, pour bien les définir et exprimer les limites de nos définitions. Nous énoncerons, également, les liens qui unissent les concepts sur lesquels nous basons notre démarche de recherche. Nous allons aussi commenter, parmi les approches que nous avons retrouvées dans la littérature, celles que nous voulons utiliser.

3.2. Principales dimensions (concepts, construis, facettes, paramètres) de la recherche

Cet exercice du cadre conceptuel ne représente pas une mince affaire d'autant plus que cette étape est essentielle dans l'élaboration de notre mémoire puisqu'elle nous pousse à identifier les « dimensions importantes à investiguer, les facteurs-clés et les relations entre eux » (*Miles and Huberman, 2004*). Notre cadre théorique (*Whetten, 1989, Notes de cours; Marlei Pozzebon, 2013 : Séance 5*) nous amènera à répondre à certaines interrogations tant descriptives que limitatives pour y apporter une contribution tangible comme le *What, How, Why* et le *Who, When, Where*. Par ailleurs, trouver « l'angle d'attaque » de notre sujet et du même souffle, tenter d'apporter quelque chose à la recherche revêt un aspect quelque peu ardu. En effet, notre sujet a été souvent étudié et analysé. Par contre, avec toute la mouvance des entreprises dites créatives, nous pensons que nous allons pouvoir trouver des éléments qui n'ont pas encore été soulevés et ainsi, nous le souhaitons, tirer notre épingle du jeu. Notre expérience sur le terrain comme personne-ressource en matière de PI nous fut d'un grand secours.

Dans les limites de notre projet de recherche, le «*what*» (*Whetten, 1989 ; Notes de cours de Marlei Pozzebon, 2013 : Séance 5*) touche spécifiquement notre domaine

d'intérêt, soit la créativité, l'innovation, l'économie de la connaissance et du savoir, les communautés de pratique et les régimes de protection de la propriété intellectuelle. Le «*how*» (Whetten, 1989 ; Notes de cours de Marlei Pozzebon, 2013 : Séance 5) nous emmène à expliquer ce qui unit ces éléments-clés entre eux puisque ces notions interagissent et s'influencent. Ce sont des conceptions essentielles les unes par rapport aux autres. En effet, comme nous l'avons mentionné précédemment, l'économie de la connaissance représente la pierre angulaire de ces différents thèmes soulevés. Ils font partie d'un tout quasiment indissociable. Le «*why*» (Whetten, 1989 ; Notes de cours de Marlei Pozzebon, 2013 : Séance 5) nous pousse à nous interroger sur la nature de leur relation et plus particulièrement sur la raison supposée de ces liens. Ceci constituera donc nos prémisses.

En ce qui concerne les «*who, when et where*» (Whetten, 1989, Notes de cours de Marlei Pozzebon, 2013 : Séance 5), ces requêtes nous ont aidée à circonscrire et à délimiter notre travail. Dans notre cas, nous focaliserons le contenu de notre mémoire sur les entreprises créatives, plus particulièrement celles œuvrant dans le secteur technologique. Également, nous souhaitons observer ce qui se fait ici en ce moment au Québec et ailleurs.

3.3. Conclusion

Le modèle d'analyse que nous utiliserons nous paraît être l'outil idéal pour répondre à notre question de recherche. Par la largesse de ses composantes et sa souplesse, il nous permettra d'observer et de comprendre le fonctionnement des entreprises créatives, leur gestion de l'innovation ainsi que leur approche vis-à-vis les droits de propriété intellectuelle, le tout dans le contexte de l'économie de la connaissance. Nous pourrons ainsi, au regard des données recueillies sur le terrain, dresser un tableau des éléments qui soutiennent la viabilité et l'opérationnalité de ce modèle. Dans le chapitre qui suit, nous justifierons le choix du terrain d'étude et de la démarche méthodologique utilisée afin de recueillir les données pertinentes.

CHAPITRE 4. Méthodologie de recherche

4.1. Stratégie de recherche

4.1.1. Approche qualitative

La recherche effectuée dans ce mémoire est foncièrement *qualitative*, même si, bien entendu, certaines données *quantitatives* vont être considérées pour mettre en relief certains éléments importants afin d'appuyer les intervenants qui seront sollicités pour justifier certains aspects économiques incontournables. Nous avons opté pour une approche qualitative puisque nous voulions obtenir des renseignements plutôt abstraits, substantiels, conceptuels et subtils. Également, puisque nous frayons dans des concepts de découvertes, de propriété intellectuelle, de création, de générations d'idées et que du même souffle, nous nous intéressons à débusquer et comprendre les choix, les motivations, les valeurs et la philosophie qui peuvent se dégager des prises de décision d'entreprises innovantes. Ce sont les expériences humaines, les points de vue, les émotions, les impressions qui ressortent aux premiers abords. Grâce à ces données dites qualitatives, nous allons pouvoir faire ressortir les spécificités de notre sujet de recherche. En fait, la recherche qualitative ne se voit pas caractérisée par des données « mais bien par sa méthode d'analyse et n'est pas mathématique » (*Strauss et Corbin, 1990*). Cependant, les auteurs ne s'entendent pas sur la définition de la recherche dite qualitative (*Deslauriers, 1991*). Par contre, la grande majorité d'entre eux lui donnent des caractéristiques semblables (*Bogdan & Biklen, 1982; Denzin, 1978; Taylor et Bogdan, 1984; Van Maanen, 1983*). Ils énoncent que la méthode qualitative utilise des données qui sont péniblement mesurables, que sa méthode d'analyse est beaucoup plus flexible et qu'elle « s'inspire de l'expérience de la vie quotidienne et du sens commun qu'elle essaie de systématiser » (*Douglas, 1976*).

De plus, comme nous l'avons mentionné précédemment, l'analyse demandée par notre modèle de recherche nécessite l'observation de certaines données quantitatives pour comparer les revenus, les investissements, les coûts afin de se pencher sur la viabilité économique, la pérennité de certaines approches dans ce contexte économique en constante évolution. Par conséquent, l'alliance entre les données quantitatives et les données qualitatives peut engendrer une sorte d'harmonisation selon Eisenhardt

(Eisenhardt, 1989). Cette juxtaposition entre ces deux types de données permet au chercheur non seulement d'enrichir son analyse, de l'appuyer, de certifier certains éléments qualitatifs mais aussi d'extraire des corrélations entre des éléments qui normalement n'apparaîtraient pas et ce, à cause d'un angle de recherche autre ou un centre d'intérêt divergent. De plus, les données qualitatives permettent de mieux soutirer les informations provenant des questions d'orientation, de motivation, de théories sous-jacentes aux actions et alors, elles peuvent dévoiler des liens qui affirment et consolident la validité de certaines données quantitatives et vice-versa.

En outre, notre approche dans ce mémoire sera de type *constructiviste* (Notes de cours de Marlei Pozzebon, 2013 : Séance 2) plutôt que *positiviste*. Comme le mentionne d'ailleurs Gaston Bachelard (1938) «[...] pour un esprit scientifique, toute connaissance est une réponse à une question. S'il n'y a pas eu de question, il ne peut y avoir de connaissance scientifique. Rien ne va de soi. Rien n'est donné. Tout est construit». Pareillement, il y aura une interaction entre l'objet et le sujet de notre recherche. Notre ontologie (proposition sur la nature de la réalité), celle-ci sera sans conteste *relativiste* (Notes de cours de Marlei Pozzebon, 2013 : Séance 2).

Par ailleurs, notre épistémologie (proposition sur la nature de la connaissance), pour suivre ce qui a été énoncé précédemment, empruntera une logique dite *subjectiviste* (Notes de cours de Marlei Pozzebon, 2013 : Séance 2). En guise de rappel, mentionnons que la recherche qualitative vise à (Baby, 1992 : 16-17) :

redéfinir l'objet de recherche et surtout les rapports objet/sujet d'une manière à la fois interactive et intégrée. Le chercheur est devenu partie à la définition de l'objet de recherche et l'objet lui-même, partie à la définition du modèle de recherche. Chercheur et objet font partie d'une même réalité existentielle, en même temps que d'un même dispositif interactif de production de connaissances.

De surcroît, sur la base de notre raisonnement et compte tenu du type de recherche que nous voulions réaliser, celle-ci est déductive-inductive (Miles et Huberman, 2004). En effet, nous ne ferons pas qu'une généralisation (passer du spécifique au général lors de nos observations) visant à faire ressortir des dimensions encore inconnues sur une

problématique donnée¹⁴⁷ mais notre recherche sera en conséquence teintée par notre sensibilité théorique.¹⁴⁸ Signalons qu'il y a un aspect «sélectionné» à partir duquel nous allons étudier les problématiques à l'étude. Dans ces modalités, notre méthodologie, donc notre façon d'approfondir un « phénomène social », sera *idéographique*, à savoir retirer des faits provenant de l'observation en permettant ainsi de construire un modèle selon la répétition des *patterns observés* (*Notes de cours de Marlei Pozzebon, 2013 : Séance 2*).

4.1.2. L'étude de cas

Les sciences sociales comportent diverses stratégies de recherche comme par exemple l'ethnographie, l'expérimentation, le sondage, l'analyse d'archives. Nous avons beaucoup réfléchi à la question et nous avons constaté que l'étude de cas représentait la façon la plus pertinente pour répondre à notre question de recherche. Selon Yin, l'étude de cas nous permet de conserver une vision globale ou holistique, donc contextuelle de notre sujet et ainsi mettre au jour les caractéristiques significatives d'une réalité particulière (*Yin, 1994*). Plus spécifiquement, l'étude de cas se veut « une approche de recherche empirique qui consiste à enquêter sur un phénomène, un événement, un groupe ou un ensemble d'individus, sélectionné de façon non aléatoire afin d'en tirer une description précise et une interprétation qui dépasse ses bornes (*Roy, 2009 : 207*) ».

Nous cherchons à comprendre pourquoi certaines entreprises créatives décident de protéger toute leur propriété intellectuelle tandis que d'autres, choisissent de moins le faire ou tout simplement de ne pas le faire. Nous souhaitons saisir comment ces diverses approches s'intègrent dans la pratique créative et dans la stratégie de développement de ces sociétés. Ainsi dans l'introduction de *Case Study Research: Design and Methods* de Robert K. Yin, celui-ci souligne bien la préférence donnée à l'étude de cas pour répondre aux interrogations qui concernent les raisons et les motivations distinctes d'une action ainsi que la description du fonctionnement de cette action; le «*comment*» et le «*pourquoi*» (*Yin, 1994*). Ces préoccupations ne peuvent être répondues que par enquête, sondage ou archives.

¹⁴⁷ [http://revue.recherche-qualitative.qc.ca/edition_reguliere/numero26\(2\)/blais_et_martineau_final2.pdf](http://revue.recherche-qualitative.qc.ca/edition_reguliere/numero26(2)/blais_et_martineau_final2.pdf)

¹⁴⁸ http://www.recherche-qualitative.qc.ca/revue/hors_serie/hors_serie_v5/anadon.pdf

Une autre caractéristique expliquant le choix de l'étude de cas constitue le niveau de contrôle du chercheur sur les événements étudiés. L'étude de cas semble adéquate lorsque le contrôle du chercheur est restreint (*Yin, 1994*). Le contrôle que nous avons sur le mécanisme décisionnel des entreprises, qui choisissent un certain mode de gestion de leurs droits de propriété intellectuelle et les implications que cela occasionne dans leurs démarches créatrices et professionnelles, est nul. Nous devons par conséquent écarter l'expérimentation de nos mécanismes de recherche, car nous sommes loin d'un laboratoire.

Finalement, l'aspect historique peut expliquer le choix d'une stratégie basée sur l'étude de cas. Elle se prête particulièrement bien à l'observation d'épiphénomènes contemporains et ce, dans un contexte particulier (*Yin, 1994*). Nous nous sommes efforcés de camper notre sujet de recherche dans une réalité bien actuelle qui constitue une redéfinition des pratiques, des modes de gestion et de protection des droits de propriété intellectuelle notamment dans le milieu des arts et dans le contexte particulier qu'est celui des entreprises web, sans oublier celui des professionnelles qui travaillent tant comme agents de brevet que comme avocats en droit de la propriété intellectuelle. Ce contexte met d'emblée de côté les approches dites historiographiques ou archivistiques.

Nous aurions apprécié effectuer une ethnographie. Or, nous avons été confrontée à différentes contraintes tant familiales que professionnelles qui auraient rendu cette stratégie de recherche irréalisable avec une bonne éthique et donc dommageable au développement de la connaissance.

Par ailleurs, l'auteur Eisenhardt (*1989*) avance que l'étude de cas représente une approche adaptée dans les cas où l'état de la recherche en est encore à ses débuts. Les recherches sur la protection des droits de propriété intellectuelle ne datent pas d'hier. Par contre, tout ce qui touche l'économie du savoir ou de la connaissance, la créativité et l'innovation, représente des concepts qui émergent depuis seulement quelques années. Ce qui est recherché, ce n'est pas de tester des théories sur des phénomènes connus, mais de laisser émerger la théorie en la confrontant à la réalité observée, et d'avancer

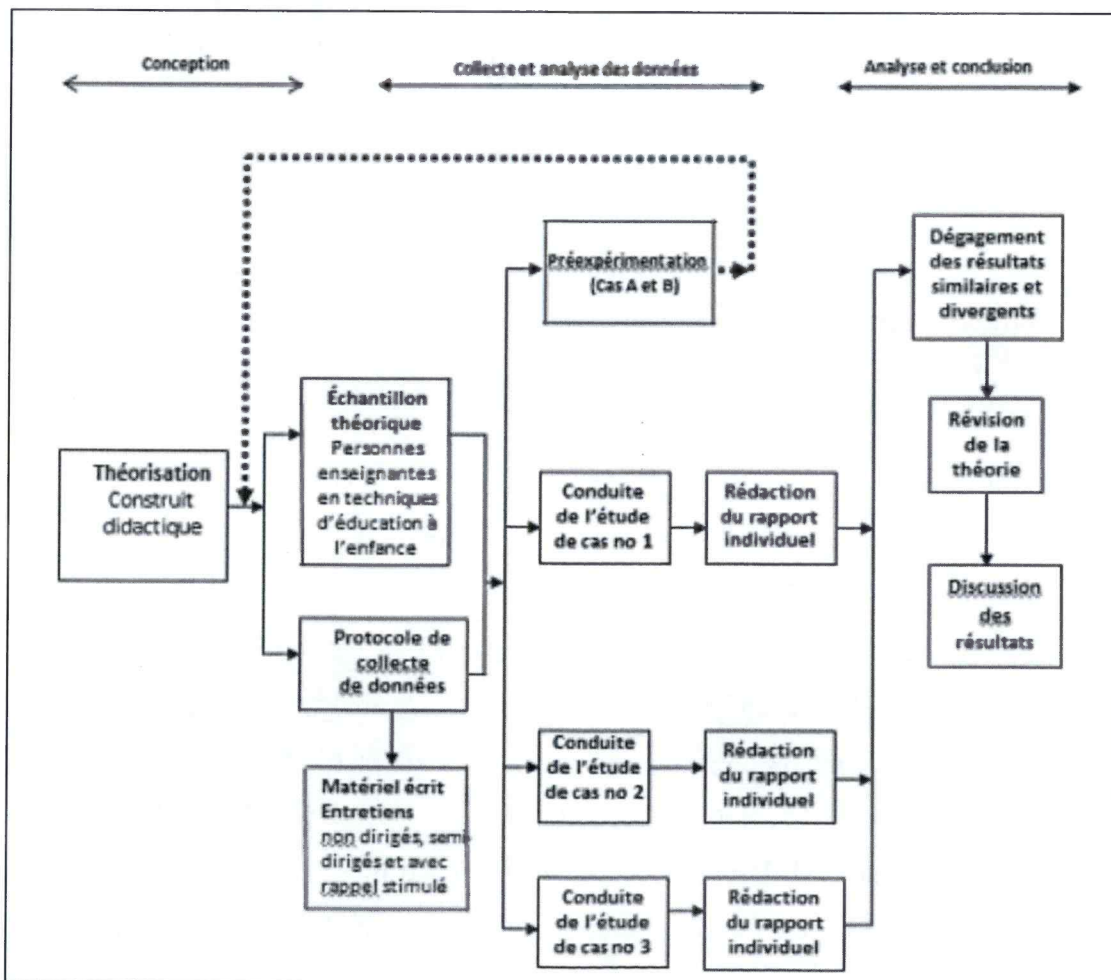
ainsi de façon renouvelée dans un état esprit de découverte plutôt que de vérification ou d'amélioration de théories existantes (*Eisenhardt, 1989*). En restant dans le même état d'esprit d'ouverture et de découverte, l'étude de cas aide à faire ressortir les éléments contradictoires, les aspects litigieux et les questionnements qui pullulent dans la formulation d'hypothèses et même qui dictent l'exploration du terrain étudié. L'étude de cas apporte une dimension éclairante d'une problématique contextuelle suscitant ainsi le jaillissement de concepts théoriques émergents et mieux ajustés à la réalité (*Eisenhardt, 1989*). Nous pensons que notre sujet d'étude a été souvent étudié dans une perspective plutôt juridico économique et une approche plus positiviste. Donc, une vision beaucoup plus rigide du phénomène. Notre manière de prendre la problématique se veut orientée vers le côté socio-économique et sur l'impact que la créativité (phénomène contemporain) a sur des aspects juridiques qui existent depuis de nombreuses années. Par conséquent, une stratégie de recherche bâtie autour d'une étude de cas semble appropriée pour notre mémoire. Également, certaines entreprises détiennent une vision divergente sur la protection des droits de propriété intellectuelle et elles continuent à performer et à être innovantes. Or ce qui est promu, c'est l'utilisation du régime de protection des droits de propriété intellectuelle. Pour sa part, l'étude de cas constitue une stratégie de recherche intéressante afin de faire ressortir les conflits et les contradictions qui sous-tendent les caractéristiques des divers modèles d'affaires utilisés par les entreprises créatives.

4.1.2.1. Les études de cas multiples

Nous allons avoir recours à plusieurs sources de données différentes. Nous agissons de la sorte puisque nous voulons obtenir des mesures multiples du même phénomène (*Van Driel et De Jong, 2001; Yin, 1994 et 2003; Alexandre, 2013*). Selon Alexandre (2013), cette préférence méthodologique entre en accord avec la littérature qui ajoute même que l'assemblage de plusieurs sources de données encourage l'émergence d'autres facettes du cas permettant de confirmer ou encore d'aborder différentes questions (*Yin, 1994*). Également, selon Stake (1995), l'utilisation de diverses réalités et de points de vue et même d'opinions différentes, permet l'éclosion d'interprétations. Pour notre recherche, agir de cette façon fut jugée préférable puisque nous devons évaluer et comprendre la

démarche créatrice des entreprises choisies et surtout ce qu'elles font avec leur propriété intellectuelle. Les entreprises n'agissent pas toutes de la même façon. Elles détiennent des stratégies de gestion de la propriété intellectuelle très différentes. Nous pourrions ainsi obtenir des comparaisons très intéressantes et diversifiées. Le risque associé à cette méthodologie reste sans aucun doute la trop grande hétérogénéité dans les interprétations possibles. Ce qui nous empêcherait alors de pouvoir avoir une vision claire de la situation et de faire une bonne corrélation des données (Yin, 1994). En outre, le fait d'opter pour une approche de cas multiples peut empêcher la recherche d'être beaucoup plus approfondie, plus exhaustive et ce, compte tenu de multiples facteurs. Nous n'avons qu'à penser au temps, aux moyens qui nous sont alloués et aux ressources dont nous disposons.

Basé sur Alexandre (2013) et Yin (1994), la figure suivante (Figure 4.1) représente notre *modus operandi* pour notre méthodologie:



4.2. Collecte de données

4.2.1. Choix des terrains

Signalons que dans le cadre d'études de cas multiples, la pertinence des choix reste importante afin de ne pas se retrouver dans des situations incongrues. À titre d'exemple, dans notre entourage, depuis quelques années déjà, plusieurs personnes ont décidé de partir leur propre entreprise et ce, dans des créneaux créatifs tels que jeux vidéo, création de sites web, créateurs de musique, etc. Nous voulions donc avoir leurs avis sur l'impact des régimes de protection des droits de propriété intellectuelle. Également, certaines de nos connaissances travaillent dans des milieux beaucoup plus conventionnels (ex firmes, universités) touchant la propriété intellectuelle. Nous désirions également obtenir leurs commentaires.

Nos choix se sont arrêtés sur trois personnes. Nous avons donc commencé par *LA FILLE DU WEB*. Cette entreprise a été créée en **2013** et son instigatrice est madame Rim Boukhissimi. Elle est sa seule employée. Pour le moment, le modèle d'affaires consiste à vendre des formations en ligne. Les formations qui sont offertes permettent aux personnes qui désirent de se partir une entreprise sur le web, de connaître les pièges à éviter, les stratégies à mettre de l'avant, les dessous du web et ses possibilités, etc.

De plus, nous désirions obtenir les commentaires d'un avocat dans le domaine de la propriété intellectuelle afin de comprendre les tenants et aboutissants de la loi et surtout, voir si celle-ci peut amener des embûches si oui, lesquelles, et surtout si les lois restent adaptées à la nouvelle réalité qu'est l'économie de la connaissance. Par conséquent, nous avons rencontré à ce sujet madame Garance Grandchamp, avocate en propriété intellectuelle et spécialisée en informatique

Pour finir, nous voulions obtenir l'avis d'un agent de brevet, soit une personne qui travaille dans le domaine et qui peut observer en temps réel les tendances et les changements dans les stratégies d'entreprises ainsi que les modifications des régimes de protection. Ils sont réellement dans le feu de l'action. Pour ce faire, nous avons discuté avec madame Monika Paape-Miyoshi. Elle a œuvré pendant plusieurs années dans des

firmes d'agents de brevet pour se retrouver en milieu universitaire. Sa formation se concentre principalement dans le domaine informatique.

4.2.2. Entretiens ouverts et semi-directifs

Nous avons fait le choix des entretiens non-directifs puisque nous pensions que les données que nous avons recueillies dans une interaction interpersonnelle seront valides et vont préciser la problématique que nous essayons de mettre en lumière dans ce mémoire. Nous croyons que cette façon de procéder apportera plus qu'une approche simplement quantitative et statistique (*Daunais, 1992*). Ce regard nous semble encore plus intéressant dans le cas de projets quelque peu créatifs voire artistiques puisque nous recherchons une certaine « harmonie » entre les diverses positions des parties prenantes. En conclusion, les entretiens non directifs offrent une réalité à l'échelle humaine. Grâce à ceux-ci, nous allons être en mesure de toucher les fondements des motivations tant politiques, personnelles, professionnelles, politiques voire philosophiques du sujet dans la prise de décision.

Par ailleurs, dans notre mémoire et dans l'objectif de trouver des réponses à nos questions qui sous-tendent notre sujet d'enquête, nous allons malgré tout baliser et orienter les entrevues. Nous adopterons aussi, lorsque cela sera nécessaire, une forme semi-dirigée dans les entretiens surtout pour les éléments qui touchent les faits, les aspects techniques et opérationnels et les modèles d'affaires. Afin de pouvoir faire cela, nous avons créé une grille de questions d'entrevue pour maintenir une ligne directrice quant aux points primordiaux à aborder. Les questions qui sont « ouvertes » viendront aider le répondant à parler librement et à développer sur des thèmes que nous souhaitons préciser.

Nous savons que cette approche de collecte de données par entretien comporte des limites. En effet, comme en témoigne, à juste titre Dyer (2011), le problème de la validité constitue aussi celui de la réfutabilité ou du moins, celui de la possibilité d'une affirmation contestable. Cela nécessite des preuves. Donc, de quelle manière pouvons-nous nous assurer que nous allons obtenir des arguments qui viendront prouver l'allégation d'un sujet? De quelle façon nous allons faire ressortir des éléments

provenant des entrevues que nous tiendrons, si nous questionnons l'exactitude, la véracité ainsi que la représentativité de l'échantillon, pour ne nommer que ces aspects? Nous avons décidé de faire confiance à la validité des données qualitatives puisque les éléments qui nous seront communiqués s'exprimeront dans un certain contexte. Ce type de démarche employée ici s'applique surtout aux sciences sociales.

Bien entendu, nous devons éviter certains pièges dans cette manière de procéder. Nous n'avons qu'à penser au choix des personnes que nous allons interviewer, à la menace de la relation de transfert, à la position de pouvoir ou de relation d'aide. En tant que chercheur, nous devons avoir un esprit ouvert, nous remémorer nos objectifs de recherche et développer une approche dite empathique, un état d'esprit de partage i.e. « l'art d'écouter » (Daunais, 1992).

4.3. Analyse des données

L'analyse des données nécessite principalement la transposition des entrevues sous forme de *verbatim*. Détenant les propos des personnes interviewées sous forme écrite, il est nécessairement plus aisé de retrouver les aspects appropriés, adéquats, voire pertinents et de les mettre en relation pour en faire ressortir le sens global. À la suite de la lecture des verbatim, nous avons donc procédé à une classification des propos recueillis selon des catégories qui semblaient beaucoup ressortir. En agissant de la sorte, nous cherchons à comprendre ce que veut dire le répondant mais également, cela nous permet de saisir ses contradictions, ses oppositions ainsi que les doutes qui semblent faire partie intégrante de lui. Quant à la compilation des verbatim, nous l'avons effectué après chaque entrevue pour faire ressortir les points plus importants, les éléments qui manquaient de précision, les éléments oubliés et mettre la table pour certains thèmes que nous allons aborder lors d'une entrevue subséquente.

Après la collecte et le traitement des données brutes à l'aide d'une grille de lecture nous permettant de faire ressortir un sens à tout ce qui fut dit, nous avons passé le contenu dans le filtre de notre cadre d'analyse expliqué précédemment. Nous avons donc pu mettre en exergue notre sujet d'analyse et ce qui fut exprimé par nos interlocuteurs.

Par la suite, nous avons tiré nos conclusions en comparant nos résultats obtenus vs les modèles classiques dans le secteur de la protection de la propriété intellectuelle.

4.4. Limites

L'approche qualitative par les entretiens comporte très certainement quelques failles que nous avons exposées antérieurement. Tout particulièrement, sur le degré de « scientificité » et de crédibilité des données recueillies par des personnes. Sans oublier, le niveau d'impartialité que le chercheur peut atteindre dans la collecte et le traitement des données. D'un côté, Simon (1945) avance que la rationalité semble déterminée par la somme de l'information et son traitement. De l'autre côté, Martinez (2010) traite de l'apport important de deux psychologues, *Daniel Kahneman et Amos Tversky*, dans la compréhension de l'attitude de l'individu face, entre autres, au risque. Les travaux effectués par ces psychologues dans les années '70 apportent une description ainsi qu'une explication beaucoup plus (Martinez, 2010) concrète des comportements des personnes face à la prise de décision. Ces deux auteurs ont su démontrer que les aspects psychologiques du comportement humain affectent grandement l'analyse économique (Martinez, 2010). Selon eux, l'étude des décisions dites « risquées » nous contraint à analyser à la fois le processus mental de la prise de décision et les « heuristiques » qui interviennent dans le traitement de l'information (Martinez, 2010). *Kahneman et Tversky* avancent donc que la perception joue un rôle sérieux dans l'analyse rationnelle de la décision. Ces considérations nous ont guidée tout au long du processus.

Par ailleurs, la « *dimension réflexive* » ou « *dimension métacognitive* » (Charlier, 1999) retrouvée en psychologie constitue un aspect important dans les comportements que nous avons eu à étudier. Bruner (1983) avance que tout apprentissage représente « *l'intentionnalité du comportement* ». Pour cet auteur toujours, l'intention est essentielle dans l'apprentissage dans le sens où « l'action, la technique de réalisation de l'acte, est toujours précédée par l'orientation version de l'objet » (Charlier, 1999). En fait pour Bruner, l'intentionnalité représente un élément indispensable dans l'orientation et la régulation de l'action. Pour Piaget et Bruner (Charlier, 1999), dans le processus d'apprentissage, nous retrouvons la présence d'une activité qui relève d'une distanciation du sujet en lien avec sa pensée et aussi par rapport à son action. Le sujet

doit se dédoubler en prenant une position réflexive mais également en gardant une certaine tension, une présence dans l'action (Charlier, 1999).

Le modèle de Monteil (1985) explique encore plus ce que Bruner et Piaget ont établi.

Pour Monteil, le processus d'apprentissage ou de construction du savoir s'étale en trois moments : l'information, la connaissance et le savoir. Incidemment, le savoir représente une information. Lorsqu'une connaissance a été « objectivée en savoir » (Charlier, 1999 : 72), elle redevient une information, « qui peut alors être réappropriée et retravaillée par le sujet ou par d'autres personnes » (Charlier, 1999 : 72). L'apprentissage est donc un processus circulaire et ouvert. De surcroît, Monteil démontre l'importance de l'interaction sociale grâce, entre autres, à la discussion, la polémique, la comparaison au point de vue d'autrui, aux échanges interpersonnels. Le sujet peut dès lors absorber d'informations nouvelles et ainsi construire sa connaissance (Charlier, 1999). Nous sommes donc clairement influencés par nos expériences, notre mémoire, et ce, dépendamment des situations. Ceci teinte notre façon de réagir, nos relations avec autrui et aussi notre capacité à faire des choix.

Afin de ne pas pâtir des biais d'interprétation, notre analyse doit être colligée constamment par une certaine forme de « validation ». Par conséquent, nous devons obtenir l'aide d'un certain processus appelé « équilibration ». La théorie de l'équilibration provient principalement de Piaget (1974, 1975, 1983; Legendre, 1995) et représente un modèle général de construction de connaissances nouvelles. Ce modèle est focalisé sur les éléments fonctionnels et dynamiques de la connaissance ainsi que sur les dispositifs interactifs et constructifs qui en garantissent l'évolution (Legendre, 1995). Plus particulièrement cet « archétype » détermine le processus de formation graduelle de connaissances tant physiques que logicomathématiques et ce, grâce à la succession d'équilibres, de déséquilibres et de rééquilibrations (Legendre, 1995; Piaget, 1975). À partir de cet état de fait, deux notions en émanent. **La première** (Legendre, 1995) étant que la formation de connaissances nouvelles ne peut être effectuée qu'à partir de concepts antérieurement construits qui représentent le cadre « assimilateur » permettant de donner un sens aux informations reçues. Ces concepts étant inévitablement restreints

dans leur pouvoir d'assimilation et d'accommodation, leur fonction peut véhiculer des déséquilibres dans les représentations initiales du sujet.

La seconde notion (Legendre, 1995) sous-tend que l'élaboration de connaissances nouvelles suppose un réaménagement plus ou moins important des acquis antérieurs. En fait, les déséquilibres apportent des conduites régulatrices, des ajustements qui débouchent sur des constructions nouvelles de la connaissance.

De surcroît, ces constructions visent à modifier les connaissances antérieures de façon à rendre assimilable ce qui ne l'était pas et ce, en arrangeant les aspects d'information nouveaux avec les concepts déjà acquis. Les déséquilibres représentent un des principaux catalyseurs de l'évolution des connaissances. Selon Piaget (1975 : 17) « dans une perspective d'équilibration, l'une des sources de progrès dans le développement des connaissances est à chercher dans les déséquilibres comme tels, qui seuls obligent le sujet à dépasser son état actuel ». Ce modèle illustré précédemment (Legendre, 1995) démontre clairement l'interdépendance entre les interactions adaptatives avec l'environnement, amarrées à l'utilisation des connaissances déjà acquises ainsi que les constructions voire les réorganisations de la pensée qui découlent de ces interactions (Legendre, 1995). Par conséquent, tout apprentissage présuppose une utilisation des connaissances ainsi que des modes de raisonnement de l'apprenant. Ces connaissances sont éprouvées par leur utilisation et le cas échéant, elles subissent des modifications en fonction de leurs résultats. Comme nous pouvons le constater, les interactions et les constructions sont toujours profondément reliées.

Nous avons voulu démontrer que nous étions au fait des limites de la démarche qualitative. La collecte de données se fait presque exclusivement de rencontres intersubjectives et où des erreurs d'interprétation peuvent survenir. En effet, ces « distorsions » de l'esprit peuvent nous faire diverger de notre recherche principale. Nous devons garder en tête ce qui a été mentionné précédemment par Monteil, à savoir qu'il faut absolument rester dans un apprentissage ouvert et circulaire. Nous ne pouvons être pris dans des concepts cognitifs fermes et rigides. En tant que chercheur, nous avons l'obligation de maintenir un état d'esprit souple.

CHAPITRE 5. Présentation des données : LA FILLE DU WEB

5.1. Présentation des entreprises

LA FILLE DU WEB, créée en 2013, constitue une entreprise web qui offre de la formation aux personnes, surtout les femmes, qui souhaitent partir une entreprise sur la toile. C'est une entreprise individuelle, enregistrée au registre des entreprises du Québec. LA FILLE DU WEB enseigne les dessous des affaires WEB et surtout des stratégies à mettre de l'avant afin de pouvoir obtenir des retombées dans un avenir plus ou moins rapproché. L'instigatrice de cette entreprise, **Rim Boukhssimi**, souhaitait être son propre patron, contrôler ses horaires de travail et surtout, partager ses expériences vécues sur le web avec d'autres personnes.

5.1.1. Parcours de Rim Boukhssimi

Rim Boukhssimi a travaillé pendant plusieurs années pour un important magazine au Québec. Elle travaillait au contenu web (plateforme des médias sociaux, etc.) en tant que journaliste. Voyant les nombreuses possibilités qu'offrait la Toile pour le magazine, elle soumettait plusieurs nouveaux projets innovants et créatifs à ses supérieurs. Par contre, elle subissait de nombreuses barrières à l'entrée de par la lourdeur de la structure de cette entreprise (il faut demander à plusieurs patrons avant d'avoir une approbation pour un projet). Par conséquent, plusieurs projets ingénieux de madame Boukhssimi furent refusés. D'ailleurs, elle nous mentionnait que la plateforme web de ce magazine, lors de son embauche, était complètement archaïque : elle comportait un retard d'au moins de 5 ans. En outre, les personnes chargées d'approuver le contenu web et voir à son innovation, étaient déconnectés de ce qui se passait réellement. Elles souhaitent des résultats à court terme mais, ne semblait pas voir ce qui pouvait émerger à moyen/long termes. Par conséquent, elle, après quelques rebuffades et surtout dû au manque de motivation, a décidé de partir et de créer sa propre entreprise. Madame Boukhssimi souhaitait laisser libre cours à sa créativité et à son innovation, être son propre patron et également, avoir le contrôle sur son horaire.

5.1.2. Structure de l'entreprise – LA FILLE DU WEB

Rim Boukhssimi n'a aucun employé, donc, elle travaille pour le moment toute seule. En discutant avec madame Boukhssimi, elle nous disait qu'elle offrait plusieurs choses gratuitement à sa « communauté privée ». En effet, elle est, sur le réseau social Facebook, a créé une communauté de femmes d'affaires voulant effectuer des affaires sur le web. C'est une communauté qui se partage de l'information, qui s'entraide, qui s'épaulent. Elle nous mentionnait également que même les autres entreprises qui lui font concurrence sont les bienvenues. Elle recherche également cela afin de pouvoir être encore meilleure et encore plus compétitive. Donc, elle offre à cette communauté, des formations gratuites puisque quand elle souhaite qu'une chose soit payante et que les gens paient, ils ne rechignent pas puisqu'ils connaissent son contenu et sa compétence.

5.1.3. Propriété intellectuelle et son importance dans l'entreprise

LA FILLE DU WEB n'a pas de protection particulière côté propriété intellectuelle. En fait, sa créatrice avait plutôt peur d'être vilipendée sur son contenu. Elle ne voulait pas passer pour une « fraudeuse ». C'est ce qui la préoccupait en tout premier lieu. Tout ce qui touche les droits d'auteur, par exemple ou une marque de commerce, n'était pas du tout une priorité. Elle voulait tout d'abord être connue, être considérée comme une personne-ressource, être reconnue pour son travail. Par contre, maintenant, vu que son entreprise prend de l'ampleur, elle se penche tranquillement sur le sujet. Il y a un élément très intéressant qui est ressorti de nos discussions. Madame Boukhssimi avançait qu'elle se fiait énormément sur sa communauté pour lui signaler un vol d'une de ses formations, pour tout autre plagiat de son contenu. Le mot d'ordre était qu'elle avait « confiance » au support de sa communauté.

Ceci nous a fait automatiquement penser au régime basé sur des normes sociales de propriété intellectuelle. Les auteurs *Emmanuelle Fauchart et Éric Von Hippel (2006)* se sont penchés sur le sujet. Ils ont pris l'exemple très spécifique des chefs français de renom. Ils ont regardé ce qui se passait dans la haute gastronomie française. Nous ne pouvons pas nier que le secteur de la gastronomie française représente un milieu dans lequel la créativité et l'innovation sont essentielles afin de se démarquer non seulement

dans son territoire mais, aussi, face à la compétition mondiale. Les chefs doivent donc trouver de nouvelles recettes, de nouvelles façons de faire les choses, etc. En outre, la protection de leurs recettes par les moyens classiques (régime de protection de droits de la propriété intellectuelle) ne représente pas une mince affaire. Également, ces chefs font partie d'une « communauté » dans laquelle les interactions avec leurs semblables, la reconnaissance individuelle à travers la collectivité ainsi que la réputation constituent des fondements extrêmement importants. De surcroît, les membres de cette communauté sont liés par une confiance basée sur le respect de normes sociales de la communauté. Pour que ce genre de communauté puisse survivre et qu'il y ait une sorte de protection de la propriété intellectuelle qui touche leurs recettes ou leurs découvertes, tout le monde doit respecter un code de conduite: le « codebook ». Trois règles fermes doivent alors être respectées (Fauchart et Von Hippel, 2006) :

1. *Un chef ne doit pas exactement copier la recette d'un autre chef.* Cette directive occupe un peu le rôle d'un brevet quant au monopole de la recette de son chef.
2. *Un chef qui demande de l'information (chef récepteur) à un autre chef (chef divulgateur), ne doit pas transmettre cette information jugée « confidentielle » à une autre personne sans l'approbation préalable du chef divulgateur.* Cette norme prend la place du secret industriel.
3. *Les collègues doivent toujours donner le crédit aux chefs qui sont les créateurs de recettes.* Cette règle touche la paternité de la recette, de l'œuvre.

Lorsqu'un chef ou des chefs ont le malheur de déroger à une de ses règles, ils deviennent automatiquement *persona non grata* et se font rejeter par leur communauté. La confiance a été brisée, cassée. Aujourd'hui, avec les réseaux sociaux, les nouvelles de ce genre vont extrêmement vite et les conséquences pour un non-respect des règles peuvent être dévastatrices.

Il n'y pas que des avantages à ce type de régime de « règles sociales ». On peut s'interroger sur le comment il sera possible de compenser monétairement un chef dont les droits furent bafoués ? Également, ce type de normes fonctionnent uniquement dans des milieux dans lesquels il est possible de contrôler les comportements de ses membres (donc, des petits groupes).

Par conséquent, madame Boukhssimi se base pour le moment sur ces règles sociales mais, éventuellement, elle souhaite mettre certaines protections en place.

5.2. Présentation de la personne : Madame Garance Grandchamp

Garance Grandchamp est une avocate en droit de la propriété intellectuelle qui travaillait en France. Depuis quelques années (5 ans spécifiquement), elle et son conjoint sont venus au Québec pour le post-doctorat de monsieur. Elle a plus de 16 ans d'expérience dans le domaine de la propriété intellectuelle. Elle œuvrait principalement dans les secteurs du droit des affaires et aussi dans le droit informatique. Nous avons voulu faire une entrevue avec elle puisqu'elle connaît bien le droit français afin que nous sachions comment ça se passe ailleurs mais également, parce qu'elle s'est spécialisée en droit informatique.

Madame Grandchamp nous a mentionné que pour elle, le problème actuel au niveau des droits de propriété intellectuelle et la nouvelle économie de la connaissance réside principalement dans l'appétit des grosses multinationales. Selon elle, le droit aide les plus petits mais ce sont les plus gros qui s'en prévalent pour faire peur, faire des abus de pouvoir, des batailles entre avocats.¹⁴⁹ Donc, c'est une question de gros sous. En outre, madame Grandchamp nous informait que les brevets d'invention ne semblent pas du tout adaptés pour la réalité d'aujourd'hui dans le milieu informatique. Cet environnement évolue à une vitesse exponentielle, donc, les brevets deviennent vite désuets, voire dépassés. D'ailleurs, dans le texte de *Lucie Guibault (1996)*, il est même avancé que lorsqu'un logiciel est considéré comme étant une invention au sens juridique du terme, les autorités compétentes doivent faire une vérification diligente afin de voir si ce logiciel existe déjà, communément appelée une recherche dans l'art antérieur. Or, puisque le matériel informatique pullule, les examinateurs prennent énormément de temps afin de faire l'évaluation de ces logiciels (*Guibault, 1996*). De plus, lors des audiences du USPTO portant sur la brevetabilité des inventions qui touchent l'informatique, les concepteurs se demandaient si le régime par brevet était réellement convenable. La lourdeur ainsi que la durée du processus essentiel à l'obtention d'un

¹⁴⁹ http://www.lemonde.fr/technologies/article/2014/05/06/apple-samsung-les-raisons-de-la-colere_4411502_651865.html

brevet, rendent couramment le logiciel, tel que décrit dans la demande de brevet déposée auprès de l'office de propriété intellectuelle, absolument archaïque dès son octroi! (*Guibault, 1996*). Également, quand un brevet pour un logiciel est délivré, le propriétaire de celui-ci possède alors un monopole sur quelque chose qui fait dorénavant partie des techniques courantes dans le domaine. Par conséquent, les autres producteurs doivent obligatoirement obtenir une licence auprès de ce concepteur s'ils veulent poursuivre leurs affaires (*Guibault, 1996*). De surcroît, la protection par brevet pour les logiciels doit affronter un autre obstacle soit celui de remplir les préalables de nouveauté et de non-évidence. Ce sont les deux critères nécessaires, à part l'utilité, pour qu'une découverte soit considérée comme une invention. Par contre, dans le secteur de l'informatique, le processus d'innovation est cumulatif. Celui-ci se voit façonné par l'ajout constant de modifications (*Guibault, 1996*). Les logiciels comportent des milliers et même des millions de lignes de codes. Donc, avec les brevets octroyés sur des applications, il semble pratiquement impossible de ne pas enfreindre un brevet en voulant générer son propre logiciel¹⁵⁰. Chacune des décisions prises pour le développement d'un programme informatique peut être susceptible de poursuites.

De plus, les importantes compagnies en informatique engagent des « hackers » pour être encore plus performantes, pour détourner les brevets d'invention qui existent ou pour trouver des failles dans leurs produits¹⁵¹ (Elles en ont les moyens financiers). Alors, les PME ne peuvent pas vraiment tirer leur épingle du jeu parce qu'elles risquent de se faire poursuivre ou même racheter et par conséquent, la « création » reste toujours entre les mêmes mains.

5.2.1. Alternatives proposées

Afin d'essayer de contrer certaines difficultés en informatique, madame Grandchamp avance quelques propositions. Une de celles-ci serait de mentionner sur les produits logiciels/informatiques le nom du ou des inventeurs afin de personnaliser les inventions, individualiser le produit, reconnaître le développeur et pas seulement l'énorme compagnie qui est propriétaire des droits de propriété intellectuelle. Ce que les gens

¹⁵⁰ <https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/2426/11639020.PDF?sequence=1&isAllowed=y>

¹⁵¹ <http://www.cnn.com/2016/08/05/apple-is-offering-up-to-200000-for-hackers-to-find-flaws-in-its-products.html>

recherchent souvent, c'est la reconnaissance. Avec cette mesure, nous nous éloignons, du même souffle, quelque peu de la contrefaçon puisque l'inventeur est mentionné, comme pour les droits d'auteur où l'auteur est toujours indiqué. Peut-être que les Creative Commons version « programme d'ordinateur », qui sont basés sur cette idée pourraient être une alternative pour les logiciels ?

Également, elle propose de protéger par brevet d'invention que la partie, voire la base, du logiciel qui demeure « relativement statique » soit uniquement considérée. Pour tout le reste, elle juge que la protection par brevet d'invention ne sert à rien.

5.3. Présentation de la personne : Madame Monika Paape-Miyoshi

Monika Paape-Miyoshi est une agente de brevet tant au Canada (2014) qu'aux États-Unis (2015). Elle a travaillé pendant plusieurs années dans une importante multinationale en tant qu'ingénieure en informatique pour ensuite se rediriger dans le domaine de la propriété intellectuelle, milieu dans lequel elle travaille depuis maintenant 10 ans. Elle se spécialise dans les secteurs de l'électricité et l'informatique. Elle se concentre dans la rédaction de brevets d'invention.

5.3.1. Discussion sur l'importance de la propriété intellectuelle

Nous avons discuté de l'importance de la protection de la propriété intellectuelle. Elle y voit un vecteur essentiel pour la diffusion vers le public ainsi que son transfert, la valeur de l'entreprise qui augmente grâce à un portfolio d'inventions protégées et surtout, par le monopole lié aux brevets obtenus. Pour madame Paape-Miyoshi, cette protection apporte beaucoup pour ses utilisateurs. Par contre, madame Paape-Miyoshi nous a mentionné qu'il y a certains désavantages, selon elle, qui découlent de cette protection. Tout n'est pas rose. En effet, elle avance que pour certains secteurs, le monopole de 20 ans est beaucoup trop long et pour d'autres, beaucoup trop court. Le « *one-size fits all* » en propriété intellectuelle, ne serait pas adapté pour la diversité des domaines.

En outre, il faut avoir les reins solides pour commencer un portfolio de protection de propriété intellectuelle. Ce ne sont pas donc pas toutes les entreprises qui peuvent se le permettre. C'est un exercice très onéreux.

5.3.2. Changements à apporter dans le monopole offert par les brevets

En abordant les délais de monopole, nous avons discuté du domaine pharmaceutique. Madame Paape-Miyoshi avançait qu'obtenir un monopole de protection de 20 ans dans ce secteur n'était clairement pas assez. Nous avons fait nos recherches afin de comprendre pourquoi ce secteur pouvait se targuer de demander un délai plus élevé.

5.3.2.1. Le cas particulier du secteur pharmaceutique

Dans le secteur de l'industrie pharmaceutique, le cycle de développement d'un médicament constitue un processus prenant énormément de temps et bien sûr d'argent. Pour qu'un médicament puisse être considéré comme étant prometteur, et ainsi, être approuvé afin qu'il puisse être vendu au Canada, cela peut prendre de 10 ans à 14 ans¹⁵². Par conséquent, ce type de développement est non seulement long mais également délicat et risqué. Les compagnies pharmaceutiques déposent souvent et ce, très tôt dans le processus de développement du médicament, des demandes de brevet relativement au médicament en évaluation. Lorsque le terme « très tôt » est employé, c'est pour signifier que c'est effectué avant même que le médicament ne soit testé sur les êtres humains¹⁵³. Au cours de la période pendant laquelle les examinateurs se penchent sur la « valeur » de la demande de brevet, l'entreprise pharmaceutique continue ses essais précliniques et cliniques. Or, ce laps de temps n'est pas couvert par le monopole attribué par le brevet puisque la compagnie ne peut pas encore commercialiser son médicament¹⁵⁴. Par exemple, dans le cadre des négociations pour une entente de libre-échange entre le Canada et l'Union Européenne, un des aspects essentiels représentait la protection des brevets touchant les médicaments commerciaux au Canada. L'Europe voulait que le Canada offre une protection supplémentaire maximale de 5 ans comme ce qui se fait déjà dans la zone euro¹⁵⁵. Finalement, le Canada a consenti pour une période de 2 ans maximum. Cette protection supplémentaire s'intitule : **certificat complémentaire de**

¹⁵² <http://www.actifscreatifs.com/la-singularite-de-la-protection-supplementaire/>

¹⁵³ Ibid.

¹⁵⁴ Ibid.

¹⁵⁵ Ibid.

protection¹⁵⁶. Cette certification supplémentaire devrait voir le jour incessamment au Canada puisque le Parlement européen a voté en sa faveur le 15 février dernier.

Par conséquent, des monopoles différents peuvent peut-être mieux répondre aux multiples secteurs économiques.

5.3.3. Alternatives possibles

Madame Paape-Miyoshi explique également que plusieurs entreprises entrent à bras raccourcis dans la protection par brevet d'invention. Ces entreprises n'agissent pas de la bonne façon. Elles n'effectuent pas de révision systématique de leur portfolio de propriété intellectuelle. Il arrive alors que des brevets dorment sur des tablettes et les compagnies continuent à payer les taxes de maintien et ce, pour absolument rien et du même souffle, elles bloquent d'autres compagnies de part leurs monopoles. Il faut donc que les entreprises aient de bonnes stratégies d'affaires, une vision de ce qu'elles souhaitent accomplir réalistement. En outre, la protection par brevet dans presque tous les pays de monde n'apporte souvent rien. Les compagnies doivent focaliser sur les marchés qu'elles considèrent primordiaux. Selon les dires de madame Paape-Miyoshi, les investisseurs désirent que leurs compagnies soient meilleures que la compétition et donc, pour eux, plus elles ont de brevets, meilleure semble être leur entreprise. Par contre, il n'en est rien. Les brevets déposés doivent être de très bonne qualité avant tout. De plus, pour madame Paape-Miyoshi, les gros joueurs détiennent le pouvoir et donc, possèdent l'argent nécessaire pour effectuer la révision de leurs brevets déposés aux endroits stratégiques, etc. Or, les PME, parce qu'elles n'ont pas les mêmes moyens devraient se tourner vers d'autres moyens de protection (marques de commerce, dessins industriels, secrets industriels, etc.). Également, il y aurait les modèles d'utilité, vus précédemment, qui pourraient constituer une alternative intéressante pour les PME.

5.4. Conclusion

Nous pouvons avancer que suite à nos diverses rencontres, la protection des droits de propriété intellectuelle représente un mal nécessaire. Par conséquent, malgré le nouveau

¹⁵⁶ Revue de l'OCDE sur le droit et la politique de la concurrence – Vol. 4, n° 3 – ISSN 1560-7798 – © OCDE 2002

systeme économique et le transfert rapide des connaissances, ces régimes restent quand même une préoccupation pour les entreprises et ce, qu'elles soient petites ou grandes. Par ailleurs, dans toutes les entrevues menées, un fait reste indéniable, les régimes de protection de propriété intellectuelle servent principalement les « gros joueurs », les plus petits sont souvent laissés pour compte et mordent la poussière. Les multinationales savent comment jouer avec le système de protection et ils ont énormément d'argent pour le faire. Les PME doivent donc trouver des alternatives afin de s'en sortir et tirer un temps soit peu, leur épingle du jeu.

CHAPITRE 6. Analyse des données

Nous analyserons maintenant les données recueillies et exposées au chapitre précédent sous l'angle du cadre d'analyse exposé dans le chapitre 3. Pour ce faire, nous devons prendre ce qui a été recueilli lors de nos entrevues et utiliser le « filtre » de Miles et Huberman, Whetten, Yin et ainsi, faire surgir les éléments importants de nos entretiens. Également, nous avons considéré les étapes énoncées par Yves-C. Gagnon dans son ouvrage *L'Étude de cas comme méthode de recherche* (2008). Dans cette étape nous devons matérialiser nos intuitions face à l'explication de notre sujet de recherche (Gagnon, 2008). Nous avons l'obligation de réexaminer nos données afin de faire ressortir les significations que nous déduisons des caractéristiques et des tendances que notre analyse fait ressortir (Yin, 2003). L'étape de l'interprétation de données vise à contraindre le réel sans jamais avoir l'opportunité de le découvrir totalement (Gagnon, 2008). C'est un travail analogique qui permet de générer des éclaircissements théoriques éprouvés et vraisemblables du phénomène étudié (Gagnon, 2008). Donc, ces explications vont s'élaborer graduellement lors du processus complexe de génération, de comparaison et de vérification des données. Ces activités font partie d'un travail itératif et incrémental sophistiqué (Gagnon, 2008). Pour interpréter adéquatement les résultats, nous devons suivre les étapes suivantes (Gagnon, 2008) :

- Générer des propositions explicatives du phénomène
- Vérifier la concordance des propositions explicatives avec les données
- Comparer les propositions qui concordent avec la littérature existante

L'IMPORTANCE DE L'ARGENT

Les trois intervenantes qui furent interviewées œuvrent ou œuvraient dans des secteurs où la créativité, l'innovation, l'économie de la connaissance et du savoir, les communautés de pratique ainsi que les régimes de protection de la propriété intellectuelle s'entremêlent. Pour l'entreprise *La Fille du Web*, madame Boukhssimi nous mentionnait que pour le moment, les régimes de protection de la propriété intellectuelle ne représentaient pas une priorité pour sa PME. Elle souhaitait miser, pour le moment, sur la diffusion de ses connaissances et de son savoir. En outre, elle se fiait

énormément sur sa *communauté de pratique* afin de l'informer lorsque des gens malveillants utilisaient ou volaient ses idées. Le terme associé au concept de communauté de pratique fut avancé par les auteurs Lave et Wenger (1991).¹⁵⁷ Ce sont des groupes de personnes, tissés serrés, qui s'entraident et communiquent souvent entre eux sur leurs activités et ce, même si nous retrouvons des concurrents. Les membres de cette communauté de pratique visent à accroître leurs compétences, leurs expertises dans une pratique donnée.¹⁵⁸ Madame Boukhssimi, se fiait énormément à cette communauté pour différents trucs mais aussi pour l'avertir quand des gens prenaient ses idées, ses concepts, sans mentionner d'où ils provenaient. Cette communauté pouvait donc endosser le rôle de sentinelle et appliquait une forme de droit *sui generis* pour se protéger (Fauchart et Von Hippel, 2006).

L'argent constitue, sans l'ombre d'un doute, un **élément-clef** qui ressort constamment. Autant l'économie de la connaissance a fait tomber des barrières, autant elle en a créé d'autres. Selon mesdames Grandchamp et Paape-Miyoshi, les PME, les plus petits joueurs dans le monde des affaires, se voient souvent « bouffés », découragés, et freinés dans leurs ardeurs par les grosses multinationales qui déposent des brevets à tout crin. En faisant cela, certaines petites compagnies décident de ne pas mettre beaucoup d'argent dans la recherche et développement pour encore plus créer puisqu'elles risquent de se faire poursuivre ou elles peuvent être victimes de contrefaçon avec comme résultat qu'elles n'auront pas nécessairement les moyens pour se protéger. Également, certaines compagnies plus populaires que d'autres (ex. Tesla) laissent sous-entendre qu'elles « délaissent » leurs brevets pour que leurs concurrents puissent en bénéficier afin de faire avancer la science. Or, il faut faire attention avec ce type d'annonce : ces compagnies gardent malgré tout l'entière propriété sur leurs brevets. Par contre, du même souffle, elles font un énorme coup de publicité qui peut leur rapporter encore plus en bout de piste.¹⁵⁹ De plus, les brevets d'invention deviennent une façon de montrer sa puissance, voire son pouvoir, et non une manière de démontrer une qualité dans ce que

¹⁵⁷ Cohendet, Patrick, Frédéric Créplet et Olivier Dupouët (2003). « Innovation organisationnelle, communautés de pratique et communautés épistémiques : Le cas de Linux », *Revue française de gestion*, 2003, n° 146, p. 99-121.

¹⁵⁸ Ibid.

¹⁵⁹ <http://branchez-vous.com/2014/06/12/tesla-libere-ses-brevets-pour-la-concurrence/>

l'entreprise peut développer. En perspective, nous voyons une nette augmentation dans les dépôts de brevets au cours des dernières années; or, avons-nous une amélioration de la pertinence, de la qualité de ce qui est déposé? Les compagnies d'envergure possèdent la possibilité de vérifier le portfolio de façon systématique parce qu'elles en ont les moyens. Par contre, qu'en est-il des autres entreprises qui ne détiennent peut-être pas autant de moyens ou pour lesquelles cette vérification stratégique est complètement futile? Les demandes de brevet ainsi que des brevets octroyés restent sur des tablettes et bloquent d'autres entités pour effectuer des affaires. Nous pouvons également observer le phénomène où les investisseurs de compagnies croient que plus leur compagnie dépose de brevets, plus elles démontrent leur créativité et leur force. Encore une fois, cela n'est pas un gage de la qualité de ce qui peut être déposé ou de la créativité. C'est un leurre maintenu par beaucoup de personnes dans le milieu. De surcroît, il existe à peu près 10 millions de brevets dans le monde. Par conséquent, les compagnies doivent absolument faire des études appelées « liberté d'exploitation » (*freedom-to-operate*). Ces analyses permettent de vérifier si leur future technologie enfreint l'innovation d'une autre entité. Cette démarche coûte énormément d'argent puisqu'elle comporte un niveau de difficulté élevé de par le nombre de brevets existants. Encore une fois, comment une PME peut-elle se tirer d'affaire et s'y retrouver dans une telle situation? ¹⁶⁰

L'UNIFORMISATION DES RÉGIMES DE PROTECTION

Madame Grandchamp a travaillé comme avocate en propriété intellectuelle en France dans le domaine de l'informatique. Pour elle, les régimes de protection de propriété intellectuelle semblent bons et répondent à un problème. Par contre, elle nuance certains de ses propos en mentionnant que pour les logiciels, les brevets d'invention ne constituent pas un modèle adéquat. En effet, les logiciels changent très rapidement. Le secteur des technologies de l'information représente un milieu qui bouge à la vitesse grand V. Avant l'obtention d'un brevet, quelques années passent et le brevet par la suite devient déjà désuet. De plus, les logiciels dépendent du processus cumulatif. Comment faire pour pouvoir s'approprier quelque chose qui l'est difficilement?

¹⁶⁰ <http://www.slate.fr/story/98417/brevets>

Quant à madame Paape-Miyoshi, agente de brevets, elle dénonce quelque peu le « *one size fits all* » pour le monopole des brevets. Elle juge qu'il devrait y avoir des modulations, de la différenciation quant à la durée du monopole dépendamment du secteur d'activités.

LA CRÉATIVITÉ: LA GRANDE GAGNANTE ET LA GRANDE PERDANTE

Et la créativité dans tout cela? Comment se porte-elle? Comment s'en sort-elle? Après réflexion et relectures autant des données que de la littérature, force est de constater que cela dépend. En effet, nous pensons que dépendamment du secteur d'activités, il y a des répercussions qui seront différentes. Dans le domaine des technologies de l'information (TI), le régime de protection par brevet ne semble pas vraiment fonctionner selon les dires de madame Grandchamp, comme nous l'avons indiqué précédemment. Ce sont principalement les multinationales imposantes et importantes qui peuvent jouer avec le système juridique en place et être en mesure de déposer des demandes de brevet. Ces entreprises essaient de générer de l'innovation, de la créativité. Or, les plus petits joueurs, voyant qu'ils ne sont pas de taille devant les gros joueurs, préfèrent trouver un autre chemin pour se faire connaître. En réalité, parfois, ils n'osent même pas sortir de nouveaux produits puisqu'ils ont peur de se faire poursuivre. Ce qui vient mettre un frein dans leur élan de créativité. Selon certains, les brevets viennent « verrouiller le marché du logiciel entre les mains de quelques géants, paralyser une industrie, de réduire l'innovation et d'augmenter les coûts pour les utilisateurs ». ¹⁶¹ En outre, selon certains auteurs (*Guibault, 2008*), ni le brevet ou le régime des droits d'auteur ne répondent d'une façon appropriée aux particularités de la technologie numérique. Il faudrait donc qu'il y ait la création d'un droit *sui generis* pour pallier aux problématiques soulevées par l'application du droit d'auteur ou du brevet d'invention à l'égard des programmes d'ordinateur (*Guibault, 1996*). Selon Bessen et Maskin (2009), les brevets peuvent être quelque chose d'attirant qui encourage l'innovation dans un monde dit « *statique* », mais, ils semblent moins importants dans une situation où il y a des environnements

¹⁶¹http://archives.lesechos.fr/archives/cercle/2012/01/11/cercle_42104.htm#QwxOdyjpj6psLjxEY.99

séquentiels et cumulatifs. Dans ces derniers cas, ils peuvent justement inhiber l'innovation complémentaire.

Du côté de madame Paape-Miyoshi, comme expliqué dans la dernière proposition, elle semble plutôt avancer que le problème résiderait dans la durée du monopole. En effet, la durée serait à son avis trop longue pour les brevets touchant le secteur des TI. Justement, Bessen et Maskin (2009), avancent que le problème pourrait venir des brevets pour les logiciels qui toucheraient peut-être l'ampleur des revendications : « In particular, industry participants complain that software patents have been too broad (and patented discoveries too obvious), leading to holdup problems (USPTO 1994; Oz, 1998). Systems that limit patent breadth, such as in the Japanese system before the late 1980s, may offer a better balance. “¹⁶² *Qui embrasse trop, mal étreint*, comme dit le dicton. Plusieurs entreprises voient leur élan de création et d'innovation ralenti par des brevets beaucoup trop ambitieux. De même souffle, durant nos entrevues avec mesdames Paape-Miyoshi et Grandchamp, celles-ci me mentionnaient que sans ces régimes de protection de la propriété intellectuelle, surtout dans le domaine pharmaceutique, il n'y aurait pas plus de génération de nouvelles idées, de découvertes, d'innovations. La créativité entourant cet environnement serait tout simplement mise de côté. Les effets sur la population seraient catastrophiques. Les coûts sont trop démesurés dans la recherche et le développement de ce secteur pour se permettre de ne pas protéger ce qui en ressort et de ne pas obtenir un monopole d'une durée relativement longue. Par conséquent, les régimes de protection de la propriété intellectuelle détiennent un rôle essentiel dans la créativité de ce milieu en constante évolution.

¹⁶² Bessen, James et Éric Maskin (2009). “*Sequential innovation, patents, and imitation*”, RAND Journal of Economics Vol. 40, No. 4, p. 611–635

CHAPITRE 7. Conclusion et discussion

Pour tenter de répondre à notre question de recherche sur le rôle des régimes de protection de la propriété intellectuelle quant à la créativité ou l'inhibition de celle-ci, nous avons interrogé des personnes travaillant dans le domaine de la propriété intellectuelle et dans des secteurs en constante évolution. Dans une économie de la connaissance et du savoir, où tout devient accessible, comment ces régimes font pour tenir la route et surtout, comment les parties prenantes de ces milieux agissent afin de s'en sortir? Nous avons voulu rencontrer une jeune entrepreneure dans le milieu du web afin de connaître sa vision. Madame Rim Boukhssimi, la présidente de la boîte *La Fille du Web*, représentait la personne tout indiquée. Elle a décidé de pousser une approche différente où plusieurs éléments de son site sont offerts gratuitement, entre autres. Elle essaie de se faire connaître et souhaite devenir une référence dans son domaine, soit les stratégies de démarchage de compagnies web. En outre, elle met beaucoup de temps dans sa communauté de pratique, ce qui constitue un atout essentiel à son entreprise. Nous avons été quelque peu surprise, au départ, de l'importance que madame Boukhssimi accordait à sa communauté. Or, en discutant avec elle, nous avons compris la stratégie sous-jacente. Dans sa communauté, nous retrouvons des gens qui possèdent également des entreprises web, des personnes qui souhaitent se lancer mais qui cherchent encore leurs marques. Madame Boukhssimi nous disait qu'elle souhaitait que des compagnies concurrentes fassent partie de sa communauté parce que ceci la pousserait à être encore plus créative. De plus, cette communauté représente aussi son chien de garde. Donc, si quelqu'un utilise son matériel sans la nommer ou sans l'avertir, les membres lui rapporteront le fait. Justement, sa société offre des conseils, des façons de procéder, voire des stratégies d'affaire pour les gens qui souhaitent débiter une entreprise sur le web. Elle offre des formations en ligne sur les expériences qu'elle a vécues et les pièges à éviter. Madame Boukhssimi nous a indiqué que la propriété intellectuelle ne constituait pas une priorité dans son plan d'affaires pour le moment. Par contre, éventuellement, elle aimerait se pencher sur la question afin de voir ses possibilités et certains moyens de protection.

Par ailleurs, nous avons discuté avec madame Monika Paape-Miyoshi, une agente de brevet, spécialisée en électrique et en informatique ainsi qu'avec madame Garance Grandchamp, une avocate en propriété intellectuelle, ayant œuvré surtout dans le secteur de l'informatique en France. Toutes deux nous permettaient d'avoir une perspective ancrée dans l'opérationnalité des régimes de protection de la propriété intellectuelle. Elles doivent manœuvrer plusieurs concepts juridiques et baignent dans des notions très complexes. Travaillant nous-mêmes en propriété intellectuelle, nous trouvions intéressant d'avoir l'opinion de collègues afin de connaître leur vision. Nous avons été quelque peu surprise de leur vision des régimes de la propriété intellectuelle. Nous pensions que les critiques sur celle-ci auraient été un peu plus virulentes. Or, elles mentionnaient toutes les deux que la nouvelle économie de la connaissance, malgré la facilité de la dissémination de l'information et l'effervescence de la créativité tout comme de l'innovation, l'argent reste le maître du terrain de jeu. Par conséquent, ce sont les multinationales qui font la pluie et le beau temps avec les régimes de protection, surtout, bien entendu, avec les brevets d'invention. On l'a vu déjà, déposer des brevets coûtent énormément d'argent, surtout si une compagnie désire faire affaire un peu partout dans le monde (un brevet, un pays). Les PME peuvent difficilement se permettre ce genre de dépenses puisqu'elles n'ont pas les reins aussi solides. En outre, il est totalement erroné de dire que le nombre de brevets déposés représente un gage de créativité. Il n'en est rien. Certaines compagnies déposent des demandes de brevets sans vraiment évaluer leur qualité. Pour d'autres entreprises, les dépôts de demandes de brevet aident leur stratégie d'affaires. Elles peuvent barrer d'autres compagnies dans leur création et innovation. Les PME se retrouvent souvent dans des situations où leur marge de manœuvre est excessivement mince. Face à cela, que peuvent-elles faire? Quelques-unes abandonnent le combat, ne se sentant pas de taille. D'autres souhaitent se faire acheter par des entreprises établies dans leurs domaines d'activités. Par contre, force est de constater que cela peut miner la concurrence puisque le « pouvoir » se retrouve souvent entre les mêmes mains.

7.1. Modifications proposées pour les régimes de protection

Les interlocutrices interviewées travaillant en propriété intellectuelle nous ont mentionné par contre, que malgré la nécessité des régimes de protection de la propriété intellectuelle, il y aurait des changements substantiels à y apporter. En fait, elles sous-entendaient que ces régimes devaient s'adapter à la nouvelle réalité. Tout d'abord, les brevets pour les logiciels. Les critiques les plus vives provenaient de madame Grandchamp. Pour elle, les brevets d'invention n'étaient pas adaptés pour tout ce qui touche les technologies de l'information. C'est un secteur où tout roule rapidement et qui est dynamique. Tout ce qui est créé provient de quelque chose qui existait déjà. Ce domaine représente un processus cumulatif. Par conséquent, il est difficile de se constituer un monopole là-dessus. Pour créer dans un domaine dynamique ou séquentiel, il est important d'être *imité* (Bessen et Maskin, 2009) afin de faire des améliorations et d'aboutir sur des résultats intéressants qui satisferont tant les inventeurs que la société en général.

Pour madame Paape-Miyoshi, le monopole offert pour les brevets serait trop long ou trop court dépendamment du domaine dans lequel les inventeurs se trouvent. Pour les compagnies pharmaceutiques, le délai serait trop court. Comme nous l'avons exposé précédemment, beaucoup d'argent est déployé pour le développement d'un médicament et lors du dépôt de la demande de brevet, l'entreprise doit continuer ses essais tant cliniques que précliniques. Cette période qui peut durer un certain temps n'est pas couverte par le monopole affilié au brevet d'invention. Par conséquent, dans certains pays d'Europe et aux États-Unis, il existe une certification complémentaire de protection.¹⁶³ Peut-être que le milieu des technologies de l'information pourrait revoir l'importance de son monopole? Ça serait une idée de se pencher là-dessus.

7.2. La place de la créativité

Nous devons avouer que nous sommes un peu plus perplexes qu'au début de notre recherche. La créativité, à notre sens, constitue la réelle victime dans tout cela puisque les entreprises recherchent plus que la reconnaissance de leurs pairs mais davantage la

¹⁶³ <http://www.actifscreatifs.com/la-singularite-de-la-protection-supplementaire/>

rançon de la gloire, donc, l'argent. Les législateurs responsables des lois de propriété intellectuelle connaissent les profondes lacunes et les défis qui attendent certains régimes de protection de la propriété intellectuelle. Nous n'avons qu'à penser aux droits d'auteur qui risquent de ne pas survivre s'ils ne subissent pas une importante refonte de leur loi. Nous pensons qu'il est donc plus que temps, dans cette ère de la mondialisation et de l'économie de la connaissance, de trouver des façons de faire et un système alternatif qui se rapprocheraient beaucoup plus des réalités économiques, gouvernementales et aussi sociales d'aujourd'hui. Nous ne pensons pas qu'il faille complètement annuler les régimes de protection de la propriété intellectuelle. Toutefois, une réforme s'impose.

7.3. Ouverture – Alternatives possibles

7.3.1. Licences obligatoires

Comme alternative possible pour améliorer la génération de la création tout en ayant la propriété intellectuelle, les auteurs Henry et Stiglitz (2010) stipulent que les propriétaires de brevets essentiels, qui touchent des bases essentielles, devraient accorder des licences sur la base de montants respectables à des entreprises ou à des chercheurs qui créent des innovations dans des secteurs-clefs. Nous n'avons qu'à penser à la santé, aux énergies vertes, à la génération concernant la recherche fondamentale. En contrepartie, les autorités doivent mettre sur pied des politiques qui encouragent l'innovation tout en maintenant la concurrence.

7.3.2. Innovation ouverte

L'innovation ouverte selon l'auteur Chesbrough (2003) montre un contraste crucial avec l'innovation fermée, i.e., l'innovation qui est encouragée à l'intérieur d'une entreprise. Tandis que l'innovation ouverte se définit comme étant un modèle d'innovation à l'intérieur duquel les entreprises peuvent et doivent faire émerger des idées qui sont développées tant à l'interne qu'à l'externe. Une entreprise qui utilise l'innovation ouverte lui permet à la fois de faire entrer de nouveaux apports de connaissances ou d'expertise dans l'objectif d'accroître la valeur de l'offre, de diminuer ses coûts de développements de produits, d'amoinrir le temps de commercialisation et d'améliorer

les bénéfiques.¹⁶⁴ Certains auteurs dénotent, par contre, une série de problèmes potentiels qui peuvent survenir si ce modèle d'affaires est utilisé.

Principaux problèmes	Auteurs
Modèles d'affaires	Chesbrough (2006), Chesbrough et Schwartz (2007), Ghaziani et Ventresca (2005), Santos, Spector et Van der Hayden (2009), Shafer, Smith et Linder (2005), Van der Meer (2007)
Correspondances entre objectifs et stratégies	Chesbrough et Crowther (2006), Chesbrough et Schwartz (2007), Van der Meer (2007)
Coûts transactionnels élevés	Christensen, Olesen et Kjær (2005), Keupp et Gassmann (2009)
Propriétés intellectuelles menacées	Chesbrough (2003), Hogan (2005), Laursen et Salter (2006), Van de Vrande, de Jong, Vanhaverbeke et de Rochemont (2008, 2009)
Recherche et développement à court terme	de Wit, Dankbaar et Vissers (2007)
Culture organisationnelle nationale	Blackwell et Fazzina (2008), Elmquist, Fredberg, et Ollila (2009), Fredberg, Elmquist, et Ollila (2008), Van de Vrande, de Jong, Vanhaverbeke et de Rochemont (2008, 2009), Witzeman, Slowinski, Dirx, Gollob, Tao, Ward et Miraglia (2006)
Pouvoir de négociation asymétrique	Christensen, Olesen et Kjær (2005), Van de Vrande, de Jong, Vanhaverbeke et de Rochemont (2008, 2009)
Capacités dynamiques	Kolk et Püümann (2008), Teece, Pisano et Shuen (1997)
Gestion des connaissances	Kolk et Püümann (2008)
Transfert des connaissances	Christensen, Olesen et Kjær (2005), de Wit, Dankbaar et Vissers (2007)

Figure : 7.1 - Réf : http://expertise.hec.ca/chaire_entrepreneuriat/wp-content/uploads/2011-02-Innovation-ouverte-capacites-et-innov-organisationnelles-examen-de-la-documentation-2003-2010.pdf

Néanmoins, l'innovation ouverte ne doit pas être l'unique manière de procéder pour aider voire assurer les réussites ou les succès des entreprises. D'autres types d'innovation sont requis afin d'avoir une complémentarité intéressante.¹⁶⁵

¹⁶⁴ http://expertise.hec.ca/chaire_entrepreneuriat/wp-content/uploads/2011-02-Innovation-ouverte-capacites-et-innov-Néanmoinsorganisationnelles-examen-de-la-documentation-2003-2010.pdf

¹⁶⁵ Ibid.

7.3.3. Licences croisées

De plus, les entreprises, les universités et les centres de recherche (milieu hospitalier ou autre) peuvent former des regroupements, des consortiums de recherche et s'octroyer ainsi des licences croisées dans des domaines d'activités exclusifs.

7.3.4. Collaborations scientifiques

Dans le domaine pharmaceutique ces dernières années, des petites PME en biotechnologies de Montréal pour prendre un exemple local, signent des ententes de collaboration avec les grandes multinationales pharmaceutiques ou d'équipement médical afin de trouver ou d'offrir des nouveaux produits ou encore pour remplir un mandat précis et circonscrit¹⁶⁶. Cette façon de procéder pourrait aider plusieurs entreprises dans la recherche et le développement et leur faire sauver en définitive énormément d'argent.

7.3.5. Les concepts de co-création et de consommateurs

Au fil de nos recherches, nous nous sommes aperçus de l'importance du consommateur qui en bout de piste usera de produits découlant de la créativité et de la propriété intellectuelle comme personne avisée. C'est pour lui plaire que toutes ces entreprises font des pieds et des mains pour trouver LA nouvelle invention.

A ce titre, l'entreprise *Procter and Gamble*, utilise un modèle depuis quelques années déjà, soit « *connect + develop* ». ¹⁶⁷ Cette façon de procéder donne la possibilité à plusieurs parties prenantes reliées à la multinationale (fournisseurs, entreprises, clients, grand public) de suggérer des solutions concrètes et innovantes aux divers problèmes que peut rencontrer la compagnie. ¹⁶⁸ Grâce à ce programme qui a été mis de l'avant par la compagnie, celle-ci a pu enregistrer d'importants revenus. Cette approche communément est appelée **co-création (crowdsourcing)**. ¹⁶⁹ Cette manière de faire des affaires permet à la compagnie d'exploiter les nouvelles idées qui proviennent de

¹⁶⁶ <http://affaires.lapresse.ca/portfolio/industrie-pharmaceutique/201606/15/01-4992067-industrie-pharmaceutique-des-alliances-entre-pme-et-geants-de-la-sante.php>

¹⁶⁷ <https://www.lesaffaires.com/blogues/eric-paquette/linnovation-ouverte--le-modele-procter-et-gamble/586010>

¹⁶⁸ Ibid.

¹⁶⁹ Ibid.

différentes sources en vue de réformer, changer et améliorer les processus internes autant de la qualité que de la nature des produits qui nous sont offerts.¹⁷⁰ Utiliser cette méthode apporte plusieurs avantages dont celui **d'éviter la stagnation et la répétition des mêmes idées.**¹⁷¹

Dans le domaine du marketing et du management, plusieurs personnes se sont penchées sur le « consommateur » et ce qu'il est devenu au fil des ans. Avec le temps, soit au cours des vingt dernières années, celui-ci serait passé par diverses phases évolutives (Cova et Cova, 2009 ; Chaney, 2012). Il y eut d'abord le *consommateur individualiste* dans les années 90. Cette période touche principalement les approches *marketing* dites « one-to-one » (Peppers et Rogers, 1993) ou relationnel (McKenna, 1991 ; Christopher, Payne et Ballantyne, 1991). Elles promouvaient le portrait d'un nouveau consommateur appelé individualiste. Les protagonistes de ce mouvement reprennent les idéologies retrouvées dans des textes sociologiques qui démontraient l'arrivée prochaine de l'individualisme dans nos sociétés *postmodernes* (Lyotard, 1979 ; Firat et Venkatesh, 1995) sans oublier le rôle prépondérant de la consommation (Baudrillard, 1970) de masse. Cette approche fut façonnée par le courant sociologique qui dominait vers la fin des années '80 avec des auteurs comme Gilles Liptovsky dans son ouvrage « *L'empire de l'éphémère : la mode et son destin dans les sociétés modernes* » ou Alain Ehrenberg avec son essai « *Le culte de la performance* » où la postmodernité constitue l'issue de la recherche de libération des individus. Le droit à la liberté (Cova et Cova, 2009) qui paraissait restreint sinon circonscrit dans tous les secteurs qui nous entourent, touche maintenant le quotidien des gens ainsi que leurs habitudes.

Le consommateur n'a plus d'obligation dite « collective », ni de contraintes de toutes sortes : il en est dégagé. Par contre, il possède encore plus d'alternatives ou de choix qui s'offrent à lui (Cova et Cova, 2009). Le consommateur peut alors faire ce qu'il souhaite et ceci a donc chamboulé plusieurs systèmes de références modernes ayant façonné la vie des individus (Cova et Cova 2009). En outre, avec le développement des nouvelles technologies, le consommateur a la possibilité de réagir plus vite ; il peut également

¹⁷⁰ Ibid.

¹⁷¹ Ibid.

maintenir un contact et ce, de manière soutenue, constante même (Cova et Cova, 2009). Le consommateur peut de plus être défini (Cova et Cova, 2009) comme une personne pouvant «dialoguer avec l'entreprise et d'avoir un échange d'avis avec elle» (Peppers et Rogers, 1993 : 309) et de «s'impliquer dans la communication et le partage de connaissances» (McKenna, 1991 : 67). Toujours dans Cova et Cova, 2009, ils affirment que McKenna (1991 : 66) prévoit que le consommateur sera celui qui prendra le pouvoir dans sa relation avec l'entreprise: «les années '90 appartiendront au consommateur» et qu'il détiendra une implication grandissante dans l'adaptation des produits et des services. C'est alors que les possibilités vis-à-vis les techniques de «mass customization» s'ouvrent (Pine, 1992), sous-entendant entre autres, que le consommateur et l'entreprise peuvent converser pour déterminer en premier lieu certaines particularités de l'offre et en deuxième lieu, que le consommateur peut lui-même adapter certains détails de cette offre.

Après cette phase, il y eut l'émergence du consommateur *hédoniste* où le marketing expérientiel et les dérivés sensoriels (Hetzl, 2002) furent particulièrement développés (Schmitt, 1999 et 2003). Il a fait son apparition vers la fin des années '90 et au début des années 2000. La provenance de ces approches dites expérientielles en marketing proviennent d'ouvrages traitant du comportement du consommateur élaborés, entre autres, par les auteurs Morris B. Holbrook et Elizabeth Hirschman, 1982. Ces auteurs ont traité spécifiquement de l'importance de la consommation expérientielle et leur interprétation dans une approche managériale (Holbrook et Hirschman, 1982). Les valeurs personnelles, donc distinctes, propres à chaque individu mettent le côté plus «hédoniste» du consommateur à l'avant-scène. D'ailleurs, ce marketing axé sur l'expérience représente pour plusieurs auteurs une création tout aussi percutante que celle du marketing relationnel (Cova et Cova, 2009). Non seulement le consommateur est considéré comme un être cartésien et rationnel mais également un être émotionnel (Cova et Cova, 2009), ce qui était évacué auparavant. Ces méthodes basées sur les émotions laissent transparaître le fait que les consommateurs recherchent le plaisir par et au sein de la consommation (Cova et Cova, 2009). Le postmodernisme se fait grandement sentir dans cette approche plutôt sensorielle et hédoniste. En conséquence, ce consommateur recherche plutôt à ce que la consommation lui apporte quelque chose;

il désire en somme être «enchanté» sinon séduit (Firat et Venkatesh, 1995 : 250). En effet, avec toutes les nouvelles technologies, le consommateur aime se faire amener ailleurs, il désire être déstabilisé et souhaite vivre un spectacle (Firat et Venkatesh, 1995 : 251) divertissant. Le consommateur devient alors un élément important et actif. Il doit s'engager dans cette nouvelle approche. Ainsi, «le consommateur est un acteur et un joueur: il joue avec les marques et les produits offerts par les entreprises et dans les lieux qu'elles lui mettent à sa disposition» (Cova et Cova, 2009 : 87). En outre, comme le stimulant très clairement les auteurs Firat et Venkatesh, 1995, p.259: «the consumer needs to be studied as a participant in an ongoing, never-ending process of construction that includes a multiplicity of moments where things (most importantly as symbols) are consumed, produced, signified, represented, allocated, distributed, and circulated».

Par la suite, dans le milieu des années 2000, avec les travaux de Prahalad et Ramaswamy (2004), il y eut la prédominance du marketing dit collaboratif. Ce nouveau marketing trouve ses racines dans plusieurs écrits basés sur l'innovation et le design. En effet, l'utilisateur constitue un associé potentiel de l'entreprise à l'instar des «lead users» (Cova et Cova, 2009; Chaney, 2012) de Von Hippel (1986). Cependant, il faut faire extrêmement attention à la terminologie utilisée par certains auteurs.

Selon Berthon, Pitt, McCarthy et Kates (2007) dans leur ouvrage: *When customers get clever: Managerial approaches to dealing with creative consumers*, il y aurait une nette différence entre les «lead users» et les «creative consumers». Certains auteurs tendent à utiliser ces termes comme étant des synonymes, or, ce n'est pas le cas. Tout d'abord, le concept de «creative consumers» serait relativement vieux mais n'aurait pas eu autant d'attention de la part des chercheurs que les «lead users». Par contre, depuis quelques années, cette expression reprend ses droits (Mollick, 2005). Les «creative consumers» peuvent utiliser ou travailler avec toutes sortes d'offres pas uniquement celles qui sont nouvelles ou améliorées comme pour les «lead users» (Berthon et al., 2007). Également, les «creative consumers» n'ont pas de besoins qui deviendront nécessairement généraux. En fait, ils se penchent sur leurs intérêts personnels qui peuvent rester ainsi ou s'étendre à d'autres utilisateurs (Berthon et al., 2007). De plus, les «creative consumers» innovent souvent tout simplement parce qu'ils aiment expérimenter ou créer sans pour autant

résoudre un problème ou encore un besoin spécifique (Berthon et al. 2007). En outre, les besoins des «creative consumers» n'auront pas de bénéfices provenant directement de leurs innovations. En fait, ils auront un «capital symbolique» (Bourdieu, 1977) découlant de la reconnaissance de leurs pairs en termes de remerciements, etc. (Berthon et al. 2007). Un exemple frappant de ce qui est avancé concerne le système Linux issu de la communauté des logiciels «open source ». Aucun prix personnel ne fut attribué aux concepteurs. Pourtant, ce produit est reconnu internationalement et surtout d'innombrables usagers utilisent ce système d'exploitation. Pareillement, les firmes utilisent des procédés disciplinés et formels pour trouver et choisir des « lead user». Or, les «creative consumers» demandent rarement la permission d'expérimenter avec une entreprise ou une firme. Ce sont eux qui sélectionnent le produit, la firme et l'innovation. Ils ne peuvent pas être «contrôlés» comme les «lead users». Par contre, utiliser ces deux types d'usagers permet aux firmes d'obtenir un plus vaste éventail d'offres et ainsi faire ressortir encore plus d'innovations.

De surcroît, l'expression «consumer creativity» ou consommation créative, fait référence aux travaux de Hirschman traitant du comportement du consommateur, comme il fut mentionné précédemment dans le texte mais n'équivaut pas à l'expression «creative consumers» (Berthon et al., 2007). Ce sont deux expressions reliées qui sous-entendent pourtant deux phénomènes très distincts. En effet, la consommation créative fait référence spécifiquement à l'étude des résolutions des problèmes de consommation ainsi qu'aux traits créatifs qui y sont reliés tandis que les «creative consumers» représentent la façon dont les consommateurs s'y prennent pour ajuster, renouveler et transformer les diverses offres de produits sur le marché (Berthon et al., 2007). Partant de ce fait, il est important de porter une attention particulière aux expressions utilisées par les différents auteurs.

Par la suite, nous n'étions plus dans la mouvance d'un marketing *allant vers le consommateur* mais un marketing qui doit se faire et composer *avec le consommateur* (Vargo et Lusch, 2004) qui change. De plus, la **co-crédation de valeur** (Prahalad et Ramaswamy, 2004) liant l'entreprise et le ou les consommateur(s) représente(nt) le mécanisme-clé de cette façon d'agir que ce soit en marketing ou dans d'autres secteurs

importants de l'économie de marché. Les consommateurs deviennent dès lors des partenaires de marché (*Peppers et Rogers, 2005*) et deviennent en fait des « consommateurs créatifs » (*Prahalad et Ramaswamy, 2004*). Grâce à Internet ainsi que les autres nouvelles technologies disponibles, le consommateur se transforme en un individu beaucoup plus informé et averti, en somme plus exigeant, plus libre et également beaucoup plus puissant en terme d'opinions ou de goûts face aux multiples compagnies, organisations, distributeurs, diffuseurs ou marques. Ce dernier est renseigné et sait ce qu'il veut (<http://lenouveaunconsommateur.blogspot.ca/2006/03/rappel-du-contexte.html>). De consommateur, le terme se mute pour évoluer vers le **consomm'acteur ou post-consommateur**, ce qui est très intéressant (*Firat et Dholakia, 2006*). Dorénavant, ce consomm'acteur entretient un rapport égalitaire avec l'entreprise. De la sorte, nous avons pu remarquer que l'évolution du consommateur s'est faite à l'intérieur de plusieurs mouvements et courants de pensée. Or, les débats sur le comportement du consommateur, la consommation, le marché, la culture de la consommation, prennent leurs bases dans la philosophie. Dans le cas qui nous préoccupe, le postmodernisme, qui se voulait principalement critique du modernisme, a apporté pour sa part un nouveau mouvement philosophique et culturel. Des penseurs, des philosophes et des chercheurs de la trempe de Lyotard, Vattimo, Baudrillard, Levy ou McCracken, voire même Foucault, émirent des opinions à la fois sur notre société de consommation façonnée par les développements de la science, sur l'hyper-réalité, la culture de consommation, la critique du système capitaliste, etc. Somme toute, nous pouvons clairement constater que la notion de «consommateur» s'est énormément transformée avec le temps. Comme nous l'avons indiqué précédemment, l'actuel consommateur est passé par plusieurs étapes, passant du consommateur individualiste, hédoniste à créatif. De passif, il est devenu proactif. Ce qui a permis cette évolution au fil du temps, c'est sans aucun doute l'amplification des compétences du consommateur (*Cova et Cova, 2009*). À la théorie du consommateur individualiste, il y eut l'adéquation des «notions ludiques et esthétiques» (*Cova, et Cova, 2009 : 96*) du consommateur hédoniste pour ensuite intégrer les concepts du consommateur créatif. Avec toutes ces cartes en main, les consommateurs d'aujourd'hui sont devenus des consomm'acteurs parce qu'ils sont plus aptes, plus compétents, plus responsables et plus créatifs et

détiennent alors un certain pouvoir (négociation-révocation-évocation) quant à leurs relations avec les entreprises.

7.3.5.1. Relation entre le consommateur et l'entreprise incluant le concept de co-création

Suite à l'exposition de l'évolution du consommateur, sa relation avec l'entreprise revêt de fait une importance plus que capitale. Le bassin d'offres augmentant considérablement, les consommateurs ont alors l'embarras du choix (*Prahalad et Ramaswamy, 2004*). Dorénavant, les consommateurs ont entre leurs mains un pouvoir très important en matière de choix ou d'alternatives et les compagnies le savent pertinemment. Les consommateurs ne veulent plus être passifs; ils souhaitent plutôt influencer le marché, soit le «système des affaires et ils le peuvent» (*Prahalad et Ramaswamy, 2004*). Jusqu'à présent, le concept de «company-centric» prévalait. Les compagnies recherchaient spécifiquement à cibler les «bons consommateurs»; les interactions entre celles-ci et les consommateurs ne constituaient pas une priorité, ni une possible source de création de valeur (*Normann et Ramirez, 1994; Wikstrom, 1996*). Or, cette réalité n'est plus adaptée au nouveau marché ni à celle du nouveau consommateur. Conséquemment les entreprises, par l'entremise de leurs managers, devront revoir la façon dont elles voient le marché de la consommation de masse.

Les entreprises ne peuvent plus dorénavant échapper à ce mouvement de masse. En effet, pour arriver à quelque chose de productif et à un dialogue intéressant voire actif et non plus un monologue, les deux protagonistes (consommateurs et entreprises) doivent se voir comme des partenaires et comme des « solutionneurs de problèmes ». À notre avis, il serait souhaitable que les firmes recherchent à «co-crée» (*Kambil et al., 1999 ; Prahalad et Ramaswamy, 2004; Zwass, 2010*) de la valeur avec les consommateurs en mettant une emphase *toute particulière sur les interactions personnalisées entre elles et les consommateurs*. Il est possible de créer et de construire une co-création de valeur (*Prahalad et Ramaswamy, 2003*). Qu'entend-on par «co-création » de valeur? Cela signifie que la dynamique entre le producteur et le consommateur s'inter-influencent (*Kambil et al., 1999 ; Zwass, 2010*). Les consommateurs sont directement engagés, visés dans la production ou la distribution de valeur. Ils peuvent donc être impliqués dans

toutes les facettes de la création de valeur (*Kambil et al., 1999 ; Zwass, 2010*).

Par contre, la co-crédation décrite, entre autres, par Prahalad et Ramaswamy (2004) ne fait aucunement référence au transfert des activités ou l'externalisation de celles-ci aux consommateurs ni une « customisation » des produits et services. De plus, ce n'est pas non plus une mise en scène effectuée par les entreprises relativement à leurs produits offerts. La co-crédation dont il est question ici vise l'édification d'interdépendances entre la firme et les consommateurs afin de permettre la co-crédation d'expériences. Également, la co-crédation représente quelque chose de plus grand que seulement du co-marketing ou l'utilisation facile des consommateurs comme des agents permettant d'effectuer de la co-vente de produits (*Prahalad et Ramaswamy, 2007*). Cette nouvelle façon d'interagir permet alors aux compagnies de mieux saisir et surtout d'être à l'affût de ce que les consommateurs recherchent, souhaitent et désirent. Les entreprises peuvent alors avoir des méthodes beaucoup plus adaptées pour le faire. Les compagnies et les consommateurs forment ainsi une équipe et peuvent alors co-construire les attentes et les expériences survenues lors de leurs interactions. Aussi, le consommateur et la firme portent deux chapeaux: ils sont à la fois collaborateurs et concurrents. Ils sont unis dans la co-crédation de valeur et ils deviennent concurrents pour l'extraction de la valeur économique (*Prahalad et Ramaswamy, 2004*). Le marché, en étant un tout, devient dans ce cas inséparable du mécanisme de création de valeur (*Prahalad et Ramaswamy, 2004*).

En ayant un lien étroit avec les consommateurs, nous pensons que les petites entreprises pourront finalement trouver une solution peu coûteuse à leurs problèmes financiers entourant la recherche et le développement (économie de temps de développement)¹⁷² et même leur marketing. Cette manière de procéder peut être mise sur pied dans un laps de temps relativement court et les entreprises auront donc la possibilité d'obtenir des résultats dans une échéance rapide. De plus en usant de ce modèle de co-crédation, les entreprises vont-elles probablement échapper aux velléités apportées par les régimes de protection de la propriété intellectuelle? En outre, avec cette approche, tant les PME que

¹⁷² <http://www.dynamique-mag.com/article/comment-parier-sur-co-creation-communautaire.3804>

les multinationales, créeront des produits, des technologies qui répondront à de vrais problèmes. En bout de piste, nous aurons plus d'innovations de qualité qui seront sur le marché. Après réflexion, puisqu'il y aurait eu une interaction entre les créateurs/inventeurs et les utilisateurs, cette technologie ainsi créée va survivre plus longtemps et aura beaucoup plus de chance de succès. En effet, comme il a été mentionné précédemment, les répétitions ne risqueraient pas d'arriver puisque les nouvelles idées jailliraient plus facilement. Aussi, en usant de cette stratégie, quelle sera la place qui sera consacrée aux régimes de protection de la propriété intellectuelle ? Seront-ils toujours aussi nécessaires ? Ces questions resteront à élucider.

7.3.6. Les licences CREATIVE COMMONS














Même si notre mémoire se penche principalement sur les brevets d'invention, il serait intéressant de voir les alternatives dans les autres régimes de protection. Les licences *Creative Commons* offrent divers types de libertés accordées à un usager¹⁷³. Il y a quelque chose d'immuable dans toutes ces licences : la reconnaissance de la paternité de l'œuvre. La mention de l'auteur est donc obligatoire (BY). Également, ce qu'un consommateur peut faire de l'utilisation de l'œuvre ne doit pas laisser sous-entendre que l'auteur en est responsable. L'auteur de l'œuvre peut permettre une utilisation non commerciale (NC) de l'œuvre, ce qui veut dire que la collectivité peut utiliser l'œuvre, la modifier, la diffuser ou la reproduire. Si l'utilisateur veut obtenir un profit de son utilisation, il doit demander une permission pour le faire. L'auteur de l'œuvre peut également exiger que la licence octroyée pour son œuvre soit partagée à l'identique (SA). Si l'auteur permet les modifications sur son œuvre, alors, tout dérivé de l'œuvre originelle devra être publié aux mêmes conditions de licence que celle-ci. De surcroît, l'auteur a le loisir de refuser que son œuvre soit utilisée afin de créer des œuvres dérivées (ND). Il demandera à la fin une permission pour n'importe quelle modification, adaptation, traduction ou tout remix de son œuvre.

¹⁷³ Gateau, Thierry, *Internet, droits d'auteur et gratuité : vers un nouveau modèle d'affaires en musique. L'exemple du groupe Misteur Valaire*, Mémoire – Janvier 2012

Voici les différentes combinaisons de ces libertés et obligations des licences Creative commons.

FIGURE 7.2 : Les six licences Creative Commons

Réf : <http://creativecommons.fr/licences/>

Désignation complète du contrat	Terme abrégé désignant la licence	Symboles désignant la licence				Type de licence
Paternité	CC-BY					Licence libre non copyleft
Paternité Partage des conditions initiales à l'identique	CC-BY-SA					Licence libre copyleft
Paternité Pas de modification	CC-BY-ND					Licence de libre diffusion
Paternité Pas d'utilisation commerciale	CC-BY-NC					Licence de libre diffusion
Paternité Pas d'utilisation commerciale Partage des conditions initiales à l'identique	CC-BY-NC-SA					Licence de libre diffusion
Paternité Pas d'utilisation commerciale Pas de modification	CC-BY-NC-ND					Licence de libre diffusion

« **Paternité (BY)** : Le titulaire des droits autorise toute exploitation de l'œuvre, y compris à des fins commerciales ainsi que la création d'œuvres dérivées, dont la distribution est également autorisée sans restriction à condition de l'attribuer à son l'auteur en citant son nom. Cette licence est recommandée pour la diffusion et l'utilisation maximale des œuvres.

Paternité + Partage à l'identique (BY SA) : Le titulaire des droits autorise toute utilisation de l'œuvre originale (y compris à des fins commerciales) ainsi que la création d'œuvres dérivées à condition qu'elles soient distribuées sous une licence identique à celle qui régit l'oeuvre originale. Cette licence est souvent comparée aux licences "copyleft" des logiciels libres. C'est la licence utilisée par Wikipedia. »

Paternité + Pas de modification (BY ND) : Le titulaire des droits autorise toute utilisation de l'œuvre originale (y compris à des fins commerciales) mais n'autorise pas la création d'œuvres dérivées.

Paternité + Pas d'utilisation commerciale (BY NC) : le titulaire des droits autorise l'exploitation de l'œuvre ainsi que la création d'œuvres dérivées, à condition qu'il ne s'agisse pas d'une utilisation commerciale (les utilisations commerciales restant soumises à son autorisation).

Paternité + Pas d'utilisation commerciale + Partage à l'identique (BY NC SA) : Le titulaire des droits autorise l'exploitation de l'œuvre originale à des fins non commerciales ainsi que la création d'œuvres dérivées à condition qu'elles soient distribuées sous une licence identique à celle qui régit l'œuvre originale.

Paternité + Pas d'utilisation commerciale + Pas de modification (BY NC ND) : Le titulaire des droits autorise l'utilisation de l'œuvre originale à des fins non commerciales mais n'autorise pas la création d'œuvres dérivées. »¹⁷⁴

Par contre, les licences Creative commons ne peuvent pas être utilisées sans avoir un modèle d'affaires adéquat¹⁷⁵. En effet, il faut faire attention à ce qui est permis ou non et ce, dépendamment de la licence choisie. Tout n'est pas automatiquement gratuit! Aussi, les auteurs des œuvres préservent souvent leur droit de paternité et leurs droits moraux. Est-ce que le régime de protection par brevet d'invention pour bénéficier de certains éléments provenant des Creative commons? Ça serait possible même souhaitable, particulièrement pour ce qui touche les programmes d'ordinateur.

7.3.7. Les certificats d'utilité

Nous avons parlé dans notre chapitre 1 de ce titre de propriété. Il offre un monopole d'exploitation sur une invention pour une durée maximale de 6 ans au lieu de 20 ans comme pour les brevets d'invention. Le certificat d'utilité répond quasiment aux mêmes

¹⁷⁴ <http://creativecommons.fr/licences/>

¹⁷⁵ Gateau, Thierry, *Internet, droits d'auteur et gratuité : vers un nouveau modèle d'affaires en musique. L'exemple du groupe Misteur Valaire*, Mémoire – Janvier 2012

formalités de brevetabilité que le brevet. Nonobstant, il paraît mieux adapté aux inventions qui détiennent une durée de vie brève¹⁷⁶. Une demande de brevet peut être changée en certificat d'utilité mais, l'inverse ne se peut pas¹⁷⁷.

Par contre, selon l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle, nous retrouvons des différences non négligeables entre les deux moyens de protection¹⁷⁸ :

- L'activité inventive ou la non évidence ne représente pas un critère aussi essentiel que pour le brevet ;
- La durée de protection est généralement plus courte que celle accordée pour les brevets (entre 7 ans et 10 ans) ;
- Dans les pays où la protection par certificat d'utilité est permise et accordée, les offices de brevets « n'examinent pas les demandes sur le fond avant l'enregistrement ». La procédure d'enregistrement devient du même souffle plus simple et aussi plus rapide. En effet, elle dure autour de 6 mois en moyenne ;
- Les coûts liés à l'obtention des modèles d'utilité sont moindres que ceux déboursés pour l'obtention des brevets ainsi que pour leur maintien ;

En Australie¹⁷⁹, dernièrement, le brevet d'innovation a été introduit. En fait, après une recherche exhaustive sur les besoins des PME, les autorités compétentes ont trouvé ce moyen comme point d'entrée et ce, à un coût relativement bas dans le système de la propriété intellectuelle.

Au Canada nous n'avons pas l'équivalent de cela. Le législateur pourrait sans doute évaluer cette alternative présente dans plusieurs pays d'Europe, d'Amérique, d'Afrique et d'Asie afin de voir si cela serait possible chez nous.

¹⁷⁶ <http://www.inpi.fr/fr/brevets/qu-est-ce-qu-un-brevet/pourquoi-deposer-un-brevet.html>

¹⁷⁷ Ibid.

¹⁷⁸ <http://www.wipo.int/about-ip/fr/>

¹⁷⁹ http://www.wipo.int/sme/fr/ip_business/utility_models/utility_models.htm

7.4. Limites de la recherche

Nous voulions connaître et savoir comment des personnes travaillant dans le domaine voyaient les régimes de protection. Nous avons choisi deux personnes qui étaient spécialistes dans des domaines assez similaires (électrique et informatique). En outre, notre cas empirique œuvre également dans un secteur qui se rapprochait des deux autres protagonistes. Par conséquent, il serait bien difficile pour nous de généraliser ce qui a été relaté et analysé à tous les secteurs d'activités, comme par exemple le génie biomédical et le génie mécanique, etc. Peut-être que nos résultats auraient été complètement différents. Par exemple, pour la présidente de **La Fille du web**, madame Boukhssimi, la propriété intellectuelle ne semble pas, pour le moment, une priorité. Or, quand elle se penchera sérieusement sur la question, donnera-t-elle autant d'importance à sa communauté de pratique comme elle le fait en ce moment? Va-t-elle continuer son modèle d'affaires non conventionnel? Nous n'en savons encore rien.

En contrepartie, est-ce que la créativité représente quelque chose de réellement important pour madame Paape-Miyoshi? Est-ce que c'est un élément essentiel pour un agent de brevet? Afin qu'une découverte soit considérée comme une invention, il faut que les trois critères se retrouvent. Or, la créativité n'en est pas un. Il se peut que nous ayons un biais dans notre analyse.

Si nous avions eu le temps, nous aurions aimé nous plonger, comme il était prévu au départ, dans un autre univers culturel, en l'occurrence le Brésil. Nous aurions pu constater ce qui se fait là-bas et proposer d'autres réformes pour le régime des brevets d'invention. Par manque de temps, nous n'avons pas pu le faire. Nous aurions eu hypothétiquement une approche beaucoup plus holistique d'une situation mondiale. Nous nous sommes plutôt attardée à ce qui se faisait au Canada, plus particulièrement au Québec, aux USA et en Europe. Donc, les pays dits « développés ». Par contre, dans la nécessité et le manque de moyens, il y a sûrement d'autres avenues, alternatives possibles pour trouver des solutions viables face à ces régimes de protection de la propriété intellectuelle.

Pour terminer, nous devons avouer que nous aurions aimé trouver une réponse tranchée qui démontre clairement que les régimes de protection de la propriété intellectuelle ne servent pas à grand-chose dans la nouvelle économie de la connaissance. La conclusion à laquelle nous en sommes venue est beaucoup plus nuancée. Il y a des « pour » et des « contre », peu importe la situation dans laquelle nous pouvons nous retrouver. La base des droits de protection de la propriété intellectuelle comporte de bons côtés. Elle vise à reconnaître l'inventeur ou l'auteur et à lui assurer une protection pendant un certain laps de temps afin qu'il puisse jouir de son invention ou son œuvre. Or, dans certains secteurs comme nous l'avons amplement vu dans ce mémoire, il devient très difficile de garantir cela sans répercussions importantes tant sur la créativité et l'innovation que sur ceux qui essaient de produire.

Nous croyons donc qu'il serait important pour les gouvernements de se pencher sur les dispositions juridiques prévues afin de voir ce qui pourrait être réformé et amélioré puisque nous nous retrouvons dans une nouvelle logique économique où tout va extrêmement vite et surtout, où les connaissances abondent. Il faut tout bonnement essayer de trouver un juste milieu sans tenter de tout contrôler car c'est tout simplement impossible.

BIBLIOGRAPHIE

Albors, José, Ramos, José Carlos et José Luis Hervas (2008). « *New learning network paradigms: Communities of objectives, crowdsourcing, wikis and open source* », *International Journal of Information Management*, no. 28, p.194–202.

Alexandre, Marie (2013). « La rigueur scientifique du dispositif méthodologique d'une étude de cas multiple », *Recherches qualitatives*, Vol. 32(1), pp. 26-56.

Aliouat, Boualem, (2010). « *Les stratégies de propriété intellectuelle et leur ingénierie juridique : Une nouvelle approche managériale du droit fondée sur le recours à la ruse* », *La Revue des Sciences de Gestion*, n°245-246, p. 21-33.

Andersen, Poul Houman et Maria Anne Skaates (2005). « *Ensuring Validity in Qualitative International Business Research* », **chap. 23** dans **Marschan-Piekkari, Rebecca et Catherine Welch**, *Handbook of Qualitative Research Methods for International Business*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Pub, p. 464-485.

Arrow, Kenneth (1962). « *Economic Welfare and the allocation of resources for invention* », un chapitre dans « *The rate and direction of inventive activity : Economic and social factors* », National bureau and Economic research, inc.p. 609-626.

Ayerbe, Cécile, Castle, David, Corbel, Pascal, Mitkova, Liliana et Milé Terziovski (2010). « *Le management stratégique de la propriété intellectuelle : nouvelles perspectives et nouveaux enjeux* », *Management international*, vol. 14, n° 3, p. 5-18.

Baby, Antoine (1992). « *A travers le chaos épistémologique ou comment la théorie des deux sacs permet de faire un bilan sommaire de la recherche qualitative* », dans C. Baribeau, J.M. Van der Maren (dir.), « *Pratiques de recherche 2* », Montréal, Revue de l'association pour la recherche qualitative, p. 9-29.

Bach, Laurent, Patrick Cohendet, Julien Pénin et Laurent Simon (2010). « *Creative industries and the IPR dilemma between appropriation and creation: some insights from the videogame and music industries* » in *Management International*, volume 14, numéro 3, p. 59-72.

Bachelard, Gaston, *Extrait de : La formation de l'esprit scientifique*, Paris, Librairie philosophique Vrin, 1999 (*1^{ère} édition; 1938*), chapitre 1, lien internet : http://classiques.uqac.ca/collection_methodologie/bachelard_gaston/obstacles_epistemologiques/obstacles_epistemologiques.pdf

Baudrillard, Jean (1970). *La société de consommation, ses mythes, ses structures*, Paris, Gallimard, 316 p.

Beaud, Michel et Latouche, Daniel (1988). *L'art de la thèse. Comment préparer et rédiger une thèse, un mémoire ou tout travail universitaire*, Éditions Boréales, Bibliothèque nationale du Québec, 169 p.

Bell, Abraham et Gideon Parchomovsky, (2014). « *Reinventing Copyright and Patent* », Michigan Law Review, Faculty Scholarship, Paper 1017, p. 232-278.

Benghozi, Pierre-Jean (2011). « *L'économie de la culture à l'heure d'internet : le deuxième choc* », Esprit, Dossier « Acteurs des nouvelles technologies et économie des contenus culturels », p.111-126.

Benghozi, Pierre-Jean., Lyubareva, Inna (2012). « *La presse française en ligne en 2012 : modèles d'affaires et pratiques de financement* », L'étude est tirée d'un rapport établi pour le Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication dans le cadre de l'appel à proposition de recherche « *Approche par les marchés ou plates-formes multi faces dans le domaine culturel et médiatique* », les *Modèles d'affaires des plates-formes de contenu : étude et typologie à partir du cas de la presse*, p. 1-12.

Bessen, James et Éric Maskin (2009). « *Sequential innovation, patents, and imitation* », RAND Journal of Economics, Vol. 40, No. 4, p. 611–635

Berthon, Pierre R., Leyland F.Pitt, Ian McCarthy et Steven M. Kates (2007). « *When customers get clever: managerial approaches to dealing with creative consumers* », Business Horizons (2007), Vol. 50, no.1, p. 39-47.

Blaug, Mark (2005). « *Why did Shumpeter neglect intellectual property rights?* », Review of Economic Research on Copyright Issues, vol. 2(1), p. 69-74.

Bogdan, Robert C. et Sani Knoop Biklen (1982). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*. Boston: Allyn and Bacon, Inc., 262 p.

Bourdieu, Pierre (1977). *Outline of a theory of practice*, Cambridge, England, Cambridge University Press, 255 p.

Boldrin, Michele et David K. Levine (2010). « *What's Intellectual Property Good for?* ». p.1-25, <http://levine.sscnet.ucla.edu/archive/refs4786969000000000082.pdf>.

Boldrin, Michele et David K. Levine (2008, 2012 et 2013). « *The Case against Patents* » *Journal of Economic Perspectives*, 27(1), p. 3-22.

Breakey, Hugh. (2009). « *Liberalism and intellectual property rights* » Politics, philosophy & economics, SAGE publication (Los Angeles, London, New Delhi, Singapore and Washington DC), p.329-349.

Bruner, Jérôme S. (1983). *Le développement de l'enfant. Savoir-faire, savoir dire*. Paris: Presses universitaires de France, 320 p.

Bureth, Antoine, Moritz Müller, Julien Pénin, et Sandrine Wolf (2007). « Brevet, innovation modulaire et collaboration - Le cas des vaccins géniques » *Revue d'économie industrielle - Recherche et innovation dans les sciences du vivant*, 120, p. 1-18.

Caves, Richard E. (2000). « *Creative Industries : Contracts Between Art and Commerce* », Harvard University Press, Boston, 464 p.

Chainey, Damien (2012). « *The Music Industry in the Digital Age: Consumer Participation in Value Creation* », *International Journal of Arts Management*, Vol. 15, No. 1, pp. 41-52.

Chanal, Valérie (dir.) (2011). « *Business Models dans l'innovation : pratiques et méthodes* », Presses Universitaires de Grenoble, 224 p.

Chapman, Malcolm, Hanna Gajewska-De Mattos et Christos Antoniou (2005). « *The Ethnographic International Business Researcher: Misfit or Trailblazer?* », **chap. 14**, dans Marschan-Piekkari, Rebecca et Catherine Welch, *Handbook of Qualitative research Methods for International Business*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Pub, p. 287-305.

Charlier, Philippe (1999). « Interactivité et interaction dans une modélisation de l'apprentissage », *Revue des sciences de l'éducation*, Volume 25, Numéro 1, p. 61-85.

Chesbrough, Henry W. (2003). *Open Innovation – The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Harvard Business School Press, 272 p.

Christopher M., Payne A. et Ballantyne D. (1991). *Relationship marketing: bringing quality, customer service and marketing together*, Oxford, Butterworth-Heinemann, 204 p.

Coase, Ronald H. (1992). Discours du Prix Nobel, «The Institutional Structure of Production», *American Economic Review*, Cambridge, MA.

Cohendet, Patrick, Gaffard, Jean-Luc (2012). « *Coordination, incitation et création de connaissance* », *Management international* vol. 16, 2012, p. 11-19.

Cohendet, Patrick, Mathieu Farcot et Julien Pénin (2006). « Entre incitation et coordination : repenser le rôle économique du brevet d'invention dans une économie fondée sur la connaissance », *Management International*, volume 10, p. 65- 84

Cohendet, Patrick, Frédéric Créplet et Olivier Dupouët (2003). « *Innovation organisationnelle, communautés de pratique et communautés épistémiques : Le cas de Linux* », *Revue française de gestion*, 2003/5 (n° 146), p. 99-121.

Cohendet, Patrick et Patrick Llerna (1999). « *La conception de la firme comme processeur de connaissances* », *Revue d'économie industrielle*, vol.88, no.1, p. 211-235.

Corbel, Pascal (2011). « *Les paradoxes d'un outil de management stratégique : le brevet et la liberté* », *Revue Management international*, Volume 15, Numéro 2, Hiver, 2011, p. 23-33.

Corbel, Pascal (2006). « *Hypercompétition, rentes et brevet. Vers une nouvelle approche des stratégies de management des droits de la propriété industrielle ?* », *La Revue des Sciences de Gestion* 2006/2, n°218, p. 45-51.

Costello, Ayse Olcay et Thomas G. Costello, (2005). *Defining Property rights: The case of knowledge-based Resources*, *California Management Review*, vol.47, no 3, p.143-155.

Cova, Bernard et Véronique Cova (2009). « *Les figures du nouveau consommateur : une genèse de la gouvernementalité du consommateur* », *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 24, n° 3, p. 81-100.

Daniels, John D. and Mark V. Cannice (2005). « *Interview Studies in International Business Research* », **chap. 9**, dans Marschan-Piekkari, Rebecca et Catherine Welch, *Handbook of Qualitative Research Methods for International Business*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Pub, p. 185-206.

Daunais, Jean-Paul (1992). « *L'entretien non directif* », dans Benoît Gauthier, *Recherche Sociale*, Presse de l'Université du Québec, p. 249-275.

David, Paul A. et Dominique Foray (2002). « *Une introduction à l'économie et à la société du savoir* », *Revue internationale des sciences sociales*, no 171, p.13-28.

Delamotte, Éric, Thomas Lamarche et Jean-Benoît Zimmermann (2008-2009). « *La propriété intellectuelle emportée par le numérique ?* », *Revue Terminale*, p.7-17.

Denzin, Norman K. (1978). *Sociological methods : a sourcebook*, New York, McGraw-Hill, 2^e édition, 434 p.

Deslauriers, Jean-Pierre (1991). *Recherche qualitative. Guide pratique*, Montréal, McGraw-Hill, 142 p.

Douglas, Jack D. (1976). *Investigative social research: individual and team field research*, SAGE Publications, 229 p.

Dumont, Béatrice et Peter Holmes (2001). « *Quelles alternatives au mouvement d'enclosures de la propriété intellectuelle ?* », *Réseaux* 2001/6, no 110, p. 74-91.

Dyer, Linda (2006). *Critical thinking for Business Students*, Concord : Captus Press, 111 p.

Eisenhardt, Kathlenne M. (1989). « *Building theory from case study research* », *Academy of Management Review*, 14(4), p. 532-550.

Encaoua, David, Dominique Guellec et Catalina Martinez (2006). « *Patent Systems for Encouraging Innovation: Lessons from Economic Analysis* ». *Research Policy*, Elsevier, 35 (9), p.1423-1440.

Fauchart, Emmanuelle et Eric von Hippel (2006). « *Norms-based intellectual property systems: the case of French chefs* », MIT Sloan School of Management Working Paper 4576-06, p.1-32.

Firat A. Fuat et Nikhilesh Dholakia (2006). « *Theoretical and philosophical implications of postmodern debates: some challenges to modern marketing* », *Marketing Theory* », Vol. 6 (2), p. 123-162.

Firat, A. Fuat et Alladi Venkatesh (1995). « *Libertatory postmodernism and the reenchantment of consumption* », *Journal of consumer research*, Vol. 22, p. 239-267.

Fishman, Joseph P. (2015). « *Creating around copyright* », *Harvard Law review*, volume 128, no 5, p.1333-1404.

Fuller, Johann et Kurt Matzler, (2007). « *Virtual product experience and customer participation—A chance for customer-centred, really new products* », *Technovation*, no. 27, p. 378–387.

Gabriel, Joseph M. (2014). *Medical Monopoly : Intellectual property rights and the origins of the modern pharmaceutical industry*, University of Chicago Press, 328 p.

Gagnon, Yves-C. (2008). *L'étude de cas comme méthode de recherche – Guide de réalisation*, Presses de l'Université du Québec, 142 p.

Geiger, Christophe (2006). « *La privatisation de l'information par la propriété intellectuelle. Quels remèdes pour la propriété littéraire et artistique ?* », *Revue internationale de droit économique*, (t. XX, 4), p. 389-432.

Ghuri, Pervez (2005). « *Designing and Conducting Case Studies in International Business Research* », **Chapitre 5** dans Marschan-Piekkari, Rebecca et Catherine Welch, *Handbook of Qualitative Research Methods for International Business*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Pub, p. 109-124.

Grindley, Peter C. et David J. Teece (1997). « *Managing intellectual capital : licensing and cross-licensing in semi-conductors and electronics* », *California management review Reprint Series, CMR*, Vol. 39, no 2, p.1-34.

Guibault, Lucie (1996). « *La propriété intellectuelle et la technologie numérique: à la recherche d'un compromis satisfaisant.* » *Les Cahiers de propriété intellectuelle* 8 (2): 213.

- Haudeville, Bernard** (2016). « À propos de l'innovation frugale », dans *Mondes en développement*, De Boeck Supérieur (ed), n° 173 , p. 7-9.
- Henry, Claude et Joseph E. Stiglitz** (2010). « *Intellectual property, dissemination of Innovation and sustainable development* », *Global city*, vol.1, Issue 3, p.237-251.
- Hetzel, Patrick** (2002). *Planète conso : marketing expérientiel et nouveaux univers de consommation*, Paris, Éditions d' Organisation, 392 p.
- Hillmann Chartrand, Harry** (2013). *Creative destruction - Economic Meaning of Technological Change*, une présentation pour the MBA Student Association, UNBSJ February 28, 2012, Compiler Press Intellectual & Cultural Property in the Global Village, p. 1-15.
- Holbrook, Maurice B. et Elizabeth C. Hirschman** (1982). « *The experiential aspects of consumption : consumer fantasies, feelings and fun* », *The Journal of consumer research*, vol. 9, no.2, p. 132-140.
- Hopenhayn, Hugo et Mattew Mitchell** (2001). « *Innovation Variety and Patent Breadth* » *Rand Journal of Economics*, vol.32, issue 1, p. 152-166.
- Hopenhayn, Hugo et Gérard Llobet et Mattew Mitchell** (2012). « *Mechanisms for Allocation and Decentralization of Patent Rights* », préparé pour The Econometric Society World Congress volume, January 25, p.1-27.
- Hurmerinta-Peltomäki, Leila et Niina Nummela** (2005). « *First the Sugar, Then the Eggs Or the Other Way Round? Mixing Methods* », **chap. 8**, dans Marschan-Piekkari, Rebecca and Catherine Welch, *Handbook of Qualitative Research Methods for International Business*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Pub, p. 162-180.
- Kambil, Ajit, G. Bruce Friesen et Arul Sundaram** (1999). « *Co-creation : A new source of value* », *Outlook*, no. 2, p. 38-43.
- Kaplan, Andreas M. et Michael Haenlein**, (2010). « *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media* », *Business Horizons*, no. 53, p.59-68.
- Klemperer, Paul** (1990). « *How broad should the scope of patent protection be?* », *RAND Journal of Economics*, vol.21, no 1, Printemps, p.113 à 130.
- Joly, Yann et Deborah Schorno** (2006). « *Le Brevet : Valet ou maître du droit à la santé?* », 19.2 *Revue québécoise de droit international*, Numéro 19.2, p.65-94.
- Lampe, Ryan L. et Petra Moser** (2009). « *Do patent pools encourage innovation? Evidence from the 19th-Century sewing machine industry* », NBER Working Paper No. 15061, p.1-30.

Lanjouw, Jean O. et Mark Schankerman (2001). « *Enforcing Intellectual Property Rights* », NBER Working Paper No. 8656, Décembre, p. 1-44.

Lasalle, Diana et Terry A. Britton, (2002). *Ordinary Products into Extraordinary Experiences*. Boston: Harvard Business School Press. 208 p.

Lea, David (2006). « *From the Wright brothers to Microsoft: Issues in the moral grounding of intellectual property rights* », *Business Ethics Quarterly*, vol. 16, n° 4, p. 579-598.

Legendre, Marie-Françoise (1995). « *Analyse d'une activité d'apprentissage en physique à l'aide du modèle de l'équilibration* », *Revue des sciences de l'éducation*, Volume 21, Numéro 3, 1995, p. 473-502.

Lehman, Bruce (2003). « *The Pharmaceutical Industry and the Patent System* », President, *International Intellectual Property Institute*, p. 1-14.

Le Pichon, Alain (2006). « *The Economist et la controverse sur les brevets, 1850-1875* », *Revue LISA/LISA e-journal*, Vol. IV, n°1, p.109-128.

Lerner, Josh et Jean Tirole (2002). « *Efficient Patent Pools* », NBER Working Paper No. 9175, Septembre, p.1-45.

Lerner, Josh et Jean Tirole (2007). « *Public policy toward patent pools* », *Innovation Policy and the Economy*, N°8, p.157-186.

Lerner, Josh et Jean Tirole (2007). « *The design of patent pools : the determinants of licensing rules* », *RAND Journal of Economics*, Vo. 38, N°3, p.610-625.

Lipovetsky Gilles, (1987). *L'empire de l'éphémère : la mode et son destin dans les sociétés, modernes*, Paris, Gallimard, 345 p.

Lipovetsky, Gilles (1989). *L'Ère du vide : Essais sur l'individualisme contemporain*, Paris, Folio, 256 p.

Liotard Jean-François (1979). *La condition postmoderne. Rapport sur le savoir*, Paris, Minit, 128 p.

Martinez, Frédéric (2010). « *L'individu face au risque : l'apport de Kahneman et Tversky* », *Idées économiques et sociales*, (N° 161), p. 15-23.

McKenna, Regis (1991). *Relationship marketing. Successful strategies for the age of the customer*, Reading, MA, Addison-Wesley, 256 p.

McKenna, Regis (1991). « *Marketing is everything* », Harvard Business Review, Vol. 69, no. 1, p.65-79.

McKenzie, Richard B. et Dwight R. Lee (2008). « *The Wretched Spirit of Monopoly* » chapitre 1 dans *In Defense of Monopoly: How Market Power Fosters Creative Production*, p.1-24.

Miles, Matthew B. et A. Michael Huberman (1994). *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks, CA : Sage, 338 p.

Mollick, E. (2005). « Tapping into the underground », *Sloan Management Review*, vol. 46 (4), p. 21-24.

Monteil, Jean-Marc (1985). « *Dynamique sociale et systèmes déformation* » dans *Mésonance. Altérologie*, Maurecourt: Editions universitaires UNMFREO, p.203-210.

Nicholas, Tom (2013). « *Are patents creative or destructive?* », Harvard Business School, Working Paper 14-036, p.2-24.

Nordhaus, William D. (1969). *An Economic Theory of Technological Change*, *The American Economic Review*, Vol. 59, No. 2, Papers and Proceedings of the Eighty-first Annual Meeting of the American Economic Association. p. 18-28.

Noel, Alain (2011). *Revue de littérature et recherche bibliographique: trois inventaires (91-118), chapitre 4*, dans *La conduite d'une recherche : mémoires d'un directeur*, Les Éditions JFD inc., Montréal, 426 p.

Nonaka, Ikujiro et Hirotaka Takeuchi (1995). « Knowledge of Management » dans *The knowledge-creating company : how Japanese companies create the dynamics of innovation*, New York, Oxford University Press, chap. 2, p. 20-55.

Normann, Richard et Rafael Ramirez (1993). « *Designing Interactive Strategy: From Value Chain to Value Constellation* ». Chichester, UK: Wiley, p.65-77.

Notes de cours – *Méthodes qualitatives en gestion internationale* – Pre. Marleil Pozzebon – Automne 2013 (Séances 1 à 13).

Ouakrat, Alan, « *Le concept des modèles d'affaires : éléments de définition et état de l'art* », dans Benghozi Pierre-Jean (dir.) (2012), *Entreprises culturelles et internet : Contenus numériques et modèles d'affaires innovants*, Ministère de la Culture et de la Communication, GIS Culture-Médias & Numérique, Octobre, Paris, pp.111-117.

Oz, Effy (1998). « *Acceptable Protection of Software Intellectual Property: A Survey of Software Developers and Lawyers* », *Information & Management*, Vol. 34, p. 161–173.

Pauwels, Pieter et Paul Matthysens (2005). «*The Architecture of Multiple Case Study Research in International Business*», chap. 6 dans Marschan-Piekkari, Rebecca and Catherine Welch, *Handbook of Qualitative Research Methods for International Business*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Pub, p. 125-143

Peppers, Don et Martha Rogers (2005). *Return on customer: creating maximum value from your scarcest resource*, New York, Broadway, 304 p.

Peppers, Don et Martha Rogers (1993). *The one to one future: building business relationships one customer at a time*, New York, Doubleday, 429 p.

Piaget, Jean et Ronaldo Garcia (1983). *Psychogenèse et histoire des sciences*. Paris: Flammarion, 310 p.

Piaget, Jean (1975). *L'équilibration des structures cognitives: problème central du développement*. Paris: Presses universitaires de France, 188 p.

Piaget, Jean (1974). *La prise de conscience*. Paris: Presses universitaires de France, 280 p.

Piaget, Jean (1974). *Réussir et comprendre*. Paris: Presses universitaires de France, 250 p.

Pine, B. Joseph (1992), *Mass customization: the new frontier in business competition*, Boston, HBS Press, 368 p.

Pollock, Rufus (2008). *Innovation and imitation with and without intellectual property rights*, University of Cambridge, p.1-30.

Porter, Micheal E. (1996). « *What is Strategy* », *Harvard Business Review*, vol.74, no.6 (Nov-Déc), p. 61-78.

Porter, Micheal E. (1990). « *The competitive advantage of nations* », *Harvard Business Review* 68, no. 2, p. 73-93.

Prahalad, Coimbatore Krishnao et Venkat Ramaswamy (2004). « *Co-creation expériences : the next practice in value création* », *Journal of interactive marketing*, volume 18, no 3. p. 5-14.

Prahalad, Coimbatore Krishnao et Venkat Ramaswamy (2003). « *The new frontier of experience innovation* », *MIT Sloan Management Review*, Summer 2003, p.12-18.

Prahalad, Coimbatore Krishnao et Venkat Ramaswamy (2000). « *Co-opting customer competence* », *Harvard Business Review*, January-February (2000), no. 78, p. 79-87.

Prahalad, Coimbatore Krishano et Gary Hamel (1990). « *The Core Competence of the Corporation* », *Harvard Business Review*, vol.68, no.3, p. 79-91.

Prasad, P., (2005), *Crafting qualitative research, working in the post-positivist traditions*, M.E. Sharpe, Armonk – New York ; London – England. 340 p.

Proudhon, Pierre-Joseph., *Qu'est-ce que la propriété ? Premier mémoire*, 1840.

Quivy, R. et Van Campenhoudt, L. (1995). « *La question de départ* » dans *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris, Dunod, p. 21-38.

Remiche, Bernard (2004). « *Marchandisation et brevet* » dans M. Vivant, *Propriété intellectuelle et mondialisation – la propriété intellectuelle est-elle une marchandise?* Dalloz, Paris, p. 119-137.

Roy, Simon N. (2009). « *L'étude de cas* » dans Benoît Gauthier (Éd.), *Recherche sociale de la problématique à la collecte de données*, chapitre 8, 5^e édition, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 199-225.

Sakakibara, Mariko et Lee Branstetter (2001). « *Do Stronger Patents Induce More Innovation? Evidence from the 1988 Japanese Patent Law Reforms* », *RAND Journal of Economics*, vol. 32, issue 1, pages 77-100.

Schmitt, Bernd H. (2003), *Customer experience management: a revolutionary approach to connecting with your customers*, New York, John Wiley. 256 p.

Schmitt, Bernd H. (1999), « *Experiential marketing: how to get customers to SENSE, FEEL, THINK, ACT and RELATE to your company and brands* », New York, The Free Press, 304 p.

Schumpeter, Joseph A. (1911). « *Le phénomène fondamental de l'évolution économique* » dans *Théorie de l'évolution économique. Recherches sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*.

Schumpeter, Joseph A. (1942). « *Le processus de destruction créatrice* » et « *Les murs s'effritent* », dans *Capitalisme, socialisme et démocratie*.

Schumpeter, Joseph A. (1962). *Chapitre 7 : The Process of Creative Destruction*, dans *Capitalism, Socialism and democracy*, 3e édition 1950, Harper Torchbooks, New York, p.82-83.

Sen, Amartya (2002). « *How to Judge Globalism* » Vol.13, no 1, *The American Prospect* A2(5), p.

Seybold, Patricia B. et Ronni Marshak (1998). *Customers.com: How to Create a Profitable Business Strategy for the Internet and Beyond*, New York: Times Books, 384 p.

Shafer M., Smith, H.J., Linder, J.C., « The power of business models », *Business Horizons* (2005), Volume 48, pp. 199—207.

Shapiro, Carl (2001). *Navigating the Patent Thicket: Cross Licenses, Patent Pools, and Standard-Setting*, University of California at Berkeley, NBER Conference on innovation Policy and the Economy, p. 1-32.

Sharpe, Diana Rosemary (2005). « *he Relevance of Ethnography to International Business?* », **chap. 15**, dans Marschan-Piekkari, Rebecca et Catherine Welch, *Handbook of Qualitative Research Methods for International Business*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Pub, 2005, p. 306-323.

Simon, Herbert A. (1997). « Decision-Making and Administrative Organization » dans *Administrative Behaviour*. 4e édition New York, NY: The Free Press, [1945].

Stake, Robert E. (1998). « *Case Studies* » dans *Strategies of Qualitative Inquiry*, chapitre 4, by Denzin, Norman K. (Ed) and Yvonna S. Lincoln (Ed), Sage Publications, California.

Stake, Robert E. (1988). « *Case study methods in educational research: Seeking sweet water* » dans Richard M. Jaeger (Ed.), *Complementary methods for research in education*, Washington, DC, American Educational Research Association, p. 253-278.

Strauss, Anselm L. et Juliet M. Corbin (1990). *Basics of qualitative research : grounded theory procedures and techniques*, SAGE publications, 270 p.

Taylor, Shelley E. et Jennifer Crocker (1981). « Schematic bases of social information processing », *Social Cognition*, E.T. Higginns, C.P. Herman et M.P. Zana (dir), Hillsdale, N.J. : Erlbaum, p. 89-134.

Taylor, Steven et Robert Bogdan (1984). *Introduction to qualitative research methods : the search for meaning*. New York : Wiley, 302 p.

The Economist (2015). « *Time to fix patents* » et « *A question of utility* », vol. 416, no 8950, p.11 et p.50-52.

Tullock, Gordon (2000). « People are People: The Elements of Public Choice », dans *Government: Whose Obedient Servant?* The Institute of Economic Affairs. CATO institute, p.3-17.

Thurow, Lester C. (1997). « *Needed: A New System of Intellectual Property Rights* », Harvard Business Review, p.94-103.

Tversky, A. et D. Kahneman (1986). «*Rational choice and the framing of decisions*», *The Journal of Business*, vol. 59, no 4.

Vaara, Eero et Janne Tienari, «*Critical Discourse Analysis as a Methodology for International Business Studies*», **chap. 17, p. 342-359**, dans Marschan-Piekkari, Rebecca et Catherine Welch, *Handbook of Qualitative Research Methods for International Business*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Pub, 2005, 610 p.

Van Driel, Jan H. et Onno De Jong (2001). *Investigating the development of preservice teachers' pedagogical content knowledge*. Communication présentée à la conférence annuelle du National Association for Research in Science Teaching (NARST), St. Louis.

Van Maanen, John (1983). *Qualitative methodology*, SAGE publications, 1ère édition, 268 p.

Vargo, Stephen L. et Robert F. Lusch (2004). «*Evolving to a New Dominant Logic for Marketing* » *Journal of Marketing*, vol. 68, no. 1, p. 1-17.

Von Hippel, E. (1986). «*Lead users: a source of novel product concepts* », *Management Science*, 32, no. 7, p. 791-805.

Whetten, David A. (1989). «*What Constitutes a Theoretical Contribution? Academy of Management Review* », vol. 14, no. 4, p.490-495

Wikstrom, Solveig (1996). «*Value Creation by Company-Consumer Interaction* », *Journal of Marketing Management*, vol. 12, p. 359-374

Williamson, Oliver E. (2007). «*Transaction cost economics : An introduction* », University of California, Berkley, Economics discussion papers, p.1-32.

Wolff, Dominique (2010). «*Economie de l'innovation : le rôle des normes techniques et des brevets* », *Vie & sciences de l'entreprise*, (N° 183-184), p. 56-70.

Yin, Robert K. (2003). *Case Study Research, Design and Methods*, 4e édition, Thousand Oaks, Sage Publications, 181 p.

Zalan, Tatiana et Geoffrey Lewis (2005). «*Writing About Methods in Qualitative Research: Towards a more transparent approach*», **chap. 25**, dans Marschan-Piekkari, Rebecca et Catherine Welch, *Handbook of Qualitative Research Methods for International Business*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Pub, p. 507-528.

Zott, C., Amit, R., Massa, L. (2010). «*The business model : theoretical roots, recent developments, and future research* », IESE Business School – University of Navarra, p. 1-43.

Zwass, V. (2010). « *Co-Creation: Toward a Taxonomy and an Integrated Research Perspective* », *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 15, No. 1, p. 11–48.

RÉFÉRENCES ÉLECTRONIQUES

<https://www.contrepoints.org/2014/08/08/176297-les-brevets-un-mal-necessaire>

<http://www.actifscreatifs.com/la-singularite-de-la-protection-supplementaire/>

<http://creativecommons.fr/licences/>

<http://www.archipel.uqam.ca/3460/1/PI-univ-ch05.pdf>

<http://cpi.robic.ca/Cahiers/12-3/LapointeSerge.html>

http://www.robic.ca/admin/pdf/champs/45/Informations_generales_sur_les_demandes_PCT_Fr.pdf

<http://www.wipo.int/wipolex/fr/notes/gb.pdf>

<http://www.wipo.int/pct/fr/faqs/faqs.html>

http://www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2014/03/article_0003.html

<http://www.wipo.int/about-ip/fr/>

http://www.wipo.int/sme/fr/ip_business/utility_models/utility_models.htm

http://www.wipo.int/export/sites/www/ipstats/en/docs/infographics_pct_2014.pdf

http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_901_2015.pdf

http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/fra/wr03716.html?Open&wt_src=cipo-patent-main

<https://hal.inria.fr/file/index/docid/66835/filename/INVREVGGB.pdf>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Patent_troll

<http://lenouveaueconsommateur.blogspot.ca/2006/03/rappel-du-contexte.html>

http://ccmmdev.com/pdf/etude_industries_creatives.pdf

<http://www.un.org/apps/newsFr/storyF.asp?NewsID=31508#.UqNhQpGKzK8>

[http://revue.recherche-qualitative.qc.ca/edition_reguliere/numero26\(2\)/blais_et_martineau_final2.pdf](http://revue.recherche-qualitative.qc.ca/edition_reguliere/numero26(2)/blais_et_martineau_final2.pdf)

http://www.recherche-qualitative.qc.ca/revue/hors_serie/hors_serie_v5/anadon.pdf

http://www.linternaute.com/histoire/categorie/61/a/1/1/histoire_de_la_televison.shtml

https://fr.wikipedia.org/wiki/Patent_troll

<http://www.uspto.gov/patents-getting-started/general-information-concerning-patents#heading-2>

<http://www.ipwatchdog.com/2013/03/16/a-brave-new-patent-world-first-to-file-becomes-law/id=37601/>

http://www.robic.ca/admin/pdf/champs/1/Informations_generales_sur_les_brevets_Fr.pdf

<http://www.theverge.com/2013/8/26/4659904/kevin-spacey-on-netflix-we-have-learned-the-lesson-that-the-music-industry-didnt>

<https://www.tresor.economie.gouv.fr/File/340545>

<http://www.touteurope.eu/les-politiques-europeennes/marche-interieur/synthese/le-brevet-unitaire-europeen.html>

<https://www.inpi.fr/fr/proteger-vos-creations/enveloppe-soleau/enveloppe-soleau>

<http://www.inpi.fr/fr/brevets/qu-est-ce-qu-un-brevet/pourquoi-deposer-un-brevet.html>

<http://www.inpi.fr/fr/services-et-prestations/ressources-documentaires/etudes/questionnaire-brevet-unitaire.html>

http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernetinternetopic.nsf/fra/wr03915.html?Open&wt_src=cipo-cpyrght-main&wt_cxt=online

http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernetinternetopic.nsf/fra/wr03716.html?Open&wt_src=cipo-patent-main

[http://revue.recherche-qualitative.qc.ca/edition_reguliere/numero26\(2\)/blais_et_martineau_final2.pdf](http://revue.recherche-qualitative.qc.ca/edition_reguliere/numero26(2)/blais_et_martineau_final2.pdf)

http://expertise.hec.ca/chaire_entrepreneuriat/wp-content/uploads/2011-02-Innovation-ouverte-capacites-et-innov-organisationnelles-examen-de-la-documentation-2003-2010.pdf

http://www.recherche-qualitative.qc.ca/revue/hors_serie/hors_serie_v5/anadon.pdf

<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-fr.pdf>

<https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/2426/11639020.PDF?sequence=1&isAllowed=y>

<http://www.cnn.com/2016/08/05/apple-is-offering-up-to-200000-for-hackers-to-find-flaws-in-its-products.html>)

http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/patent/docs/pat_fr.pdf

http://www.lemonde.fr/technologies/article/2014/05/06/apple-samsung-les-raisons-de-la-colere_4411502_651865.html

<http://www.actifscreatifs.com/la-singularite-de-la-protection-supplementaire/>

Revue de l'OCDE sur le droit et la politique de la concurrence – Vol. 4, n° 3 – ISSN 1560-7798 – © OCDE 2002

<http://branchez-vous.com/2014/06/12/tesla-libere-ses-brevets-pour-la-concurrence/>

<http://www.slate.fr/story/98417/brevets>

<http://lenouveaunconsommateur.blogspot.ca/2006/03/rappel-du-contexte.html>

http://archives.lesechos.fr/archives/cercle/2012/01/11/cercle_42104.htm#QwxOdyj6psLjxEY.99

<http://www.dynamique-mag.com/article/comment-parier-sur-co-creation-communautaire.3804>

<http://affaires.lapresse.ca/portfolio/industrie-pharmaceutique/201606/15/01-4992067-industrie-pharmaceutique-des-alliances-entre-pme-et-geants-de-la-sante.php>

<http://affaires.lapresse.ca/portfolio/propriete-intellectuelle/201510/08/01-4907954-mettre-en-valeur-la-culture-du-brevet.php>

<https://www.lesaffaires.com/blogues/eric-paquette/linnovation-ouverte--le-modele-procter-et-gamble/586010>

http://affaires.lapresse.ca/portfolio/propriete-intellectuelle/201510/08/01-4907954-mettre-en-valeur-la-culture-dubrevet.php?utm_content=buffer54c98&utm_medium=social&utm_source=linkedin.com&utm_campaign=buffer

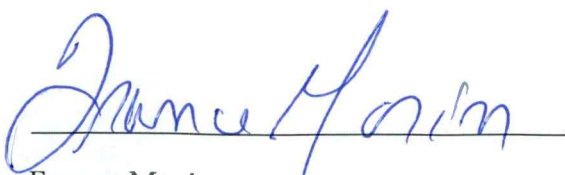
CERTIFICATION

Déclaration de transfert de support par numérisation

En conformité avec l'article 2842 du Code civil du Québec, je, soussignée, France Morin, affectée au transfert de support des documents par procédé de numérisation, déclare ce qui suit :

1. J'atteste que j'ai été désignée à titre de personne responsable de la conservation des documents par le Directeur du Service de la gestion des documents et des archives conformément à la délégation de pouvoir du Conseil d'administration de HEC Montréal adoptée par une résolution datée du 8 octobre 2009;
2. J'ai procédé à la numérisation de «Mémoire - A089W90997»
 - 2.1 Format d'origine : Papier
 - 2.2 Délai de conservation : 0308 Thèse et mémoire - Gestion de l'évaluation de l'étudiant
 - 2.3 Procédé de transfert : Numérisation
 - Numériseur : Paper Stream IP fi-6770 dj
 - Format de fichier : PDF/A
 - Résolution de l'image : 300 ppp
 - Mode colorimétrique : couleur
3. J'ai effectué cette opération à HEC Montréal, 5255, avenue Decelles, Montréal, Québec, le 8 janvier 2018;
4. Je certifie que lesdits documents ont été fidèlement numérisés et que les copies présentent la même information que les documents originaux;
5. En conformité avec l'article 17 de la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information*, l'intégrité des copies des documents reproduits est assurée par les garanties suivantes :
 - 5.1 le format PDF/A constitue un support non altérable et pérenne;
 - 5.2 les procédures de gestion des documents et archives adoptées par le Service de la gestion des documents et des archives de HEC Montréal et soutenant les activités de transfert de support respectent toutes les exigences du cadre législatif et réglementaire en vigueur au Québec;
 - 5.3 les conditions de conservation répondent aux normes archivistiques et de sécurité.

En foi de quoi, j'ai signé à Montréal


France Morin
Date : 8 janvier 2018

HEC MONTRÉAL
Service
de la gestion des documents
et des archives