

**Résumé analytique de l'étude sur le rôle des offices nationaux des brevets, de l'Office européen des brevets ainsi que des offices des brevets japonais et américains dans la promotion du système des brevets**  
*(IBM Business Consulting Services B.V., Almere, Pays-Bas, 14 février 2003)*

- 1 Les objectifs de l'étude décrite dans le présent rapport étaient les suivants:
  - (a) Obtenir une image claire et détaillée des activités de promotion de l'innovation actuellement menées par les offices nationaux des brevets dans les États membres de l'Union européenne ainsi que par l'Office européen des brevets et par les offices des brevets japonais et américains.
  - (b) Fournir une évaluation de l'efficacité de ces activités pour répondre aux objectifs fixés.
  - (c) Fournir une évaluation des perspectives en matière d'activités futures possibles pour les offices nationaux des brevets des États membres de l'Union européenne.
  - (d) Identifier, pour chaque État membre, les domaines dans lesquels les besoins, en particulier, des PME, inventeurs privés et institutions universitaires en matière de services liés aux brevets ne sont pas satisfaits.
- 2 Pour les besoins de l'étude, on entend par activités de promotion de l'innovation les efforts visant à diffuser/promouvoir l'utilisation des informations sur le système des brevets et à encourager les entreprises, les institutions universitaires, d'autres administrations/agences et le public à recourir au système des brevets.
- 3 L'objectif (a) peut être atteint assez aisément en produisant un aperçu des activités de promotion du système de brevets actuellement menées par les office des brevets. Les autres objectifs étant étroitement liés, les résultats correspondants sont présentés sous une forme plus intégrée.

## Activités engagées pour promouvoir le système des brevets

### Informations provenant des offices de brevets

4 Actuellement, aucun des ONB ne s'occupe exclusivement des brevets, ce qui complique l'analyse de l'efficacité. Les marques, et souvent les dessins et modèles d'utilité, entrent également dans les attributions de l'ensemble des ONB.

5 En général, il existe une relation positive évidente entre la taille d'un office (en termes d'effectifs et de chiffre d'affaires annuel) et la disponibilité des ressources et du budget affectés aux activités de promotion. Dans certains pays, la politique en matière d'activités de promotion est influencée par l'histoire ou le rôle d'inspection joué ou non par les offices des brevets. Un lien général entre ces caractéristiques et les perspectives, l'objectif et la qualité des activités de promotion n'a cependant pas pu être établi.

6 Tous les ONB confirment l'importance de la promotion du système de brevets, et estiment qu'ils ont un rôle important à jouer. Cette fonction fait toujours clairement partie de leur stratégie et est généralement soutenue par un plan de promotion.

7 Peu de pays mesurent de façon systématique l'efficacité des activités de promotion. La majorité des ONB font des efforts dans ce domaine, mais utilisent en général uniquement des indicateurs non contraignants (tels que le nombre de participants aux ateliers) et non des indicateurs précis liés à l'impact qui ont des répercussions plus directes sur l'efficacité. En outre, il semble qu'il y ait un manque de procédures de retour d'informations basées sur les performances afin d'améliorer les activités de promotion.

8 Dans cette étude, la formule marketing AIDA - Attention, Intérêt, Désir, Action – a été utilisée pour classer les différentes activités. La formule AIDA trace la voie suivie par un individu avant la mise en application d'informations précédemment inconnues. Selon leur niveau d'information, les destinataires peuvent s'introduire dans la chaîne AIDA à n'importe quelle phase, mais les étapes suivantes doivent être entreprises successivement afin de mener le processus à bonne fin. Un bref aperçu des activités engagées par les ONB – indiquées selon les étapes AIDA - est présenté ci-dessous. Le rapport principal et les annexes contiennent des informations plus détaillées.

### *Attention*

9 L'inventaire des activités engagées par les ONB font apparaître une concentration sur la première phase AIDA. Pour attirer l'attention, tous les offices utilisent du matériel de promotion général tel que brochures et publicités dans les médias. Des activités plus ciblées, telles que la publication d'articles sur la propriété intellectuelle (PI) dans les magazines professionnels, populaires et scientifiques, sont également fréquentes. Enfin, les ONB considèrent souvent que la participation aux foires commerciales, éventuellement en collaboration avec des partenaires, est une activité de sensibilisation.

### *Intérêt*

10 Les ONB réalisent beaucoup moins d'activités visant à susciter l'intérêt. Dans ce domaine, les principales actions sont la participation à des forums ou à des colloques. Plusieurs offices ont également fait savoir qu'ils organisent des conférences ou des présentations s'adressant aux étudiants de l'enseignement supérieur et autres groupes cibles.

### *Désir*

11 De nombreux offices traitent la phase "Désir" de manière approfondie. La majorité des ONB considèrent la formation et l'éducation comme une activité clé. Celle-ci se limite cependant, en général, au développement des compétences des utilisateurs qui possèdent déjà une bonne connaissance du système des brevets. Outre cette activité, les ONB proposent également des ateliers et des petits séminaires.

### *Action*

12 Les activités de promotion visant à stimuler l'"action" devraient, de préférence, inclure des activités personnalisées ou des contacts directs. La plupart des ONB ne semblent pas être en mesure de fournir de tels services qui peuvent conditionner la participation efficace de petits utilisateurs, PME et inventeurs privés, en particulier, au système des brevets.

### **Informations fournies par les utilisateurs**

13 En général, la plupart des utilisateurs ont répondu, de façon "politiquement correcte" aux questions. Nous avons néanmoins pu dresser un tableau général paneuropéen, bien que théorique, de leurs souhaits qui ont été soit formulés explicitement par les utilisateurs, soit déduits à partir des réponses par le groupe chargé de l'étude:

- (a) Les utilisateurs apprécient les activités proposées, mais il existe un fossé entre la théorie et la pratique.
- (b) En général, les utilisateurs préfèrent une aide de proximité et facilement accessible.
- (c) Les utilisateurs expriment fréquemment le besoin de produits davantage axés sur la pratique et de conseils personnalisés, qu'ils jugent insuffisants à l'heure actuelle.

### **Informations fournies par des organisations collaboratrices**

14 Les ONB confirment qu'elles collaborent avec un ou plusieurs partenaires afin de promouvoir le système des brevets, mais que le niveau de coopération est variable. La majorité des ONB travaillent avec des partenaires d'autres organisations publiques ou semi-publiques, et également avec des partenaires commerciaux. La collaboration peut inclure diverses activités de promotion, dont des présentations, ateliers ou conseils personnalisés.

15 Trois raisons principales de rechercher des alliances plus stratégiques avec des partenaires pour promouvoir le système des brevets ont été définies:

- (a) Les offices des brevets partent en général du principe que le partenaire est mieux placé pour atteindre certains groupes cibles.
- (b) Le partenaire peut offrir un accès régional aux utilisateurs, ce qui est particulièrement utile dans les grands pays.
- (c) Le partenaire peut offrir un savoir, des compétences spécifiques ou des ressources spécialisées afin de mettre en œuvre les activités de promotion.

## **Possibilités d'améliorer l'efficacité des activités de promotion des brevets**

16 Il s'est avéré pratiquement impossible d'analyser l'efficacité des activités de promotion des brevets car les offices des brevets ne disposent pas, en règle générale, des données requises. De plus, aucun résultat fiable n'a pu être obtenu du fait de la petite taille de la population et de l'hétérogénéité des utilisateurs. Les possibilités d'amélioration de l'efficacité ont cependant pu être analysées, ce qui a donné lieu à quatre stratégies générales présentées ci-dessous.

### **Améliorer l'efficacité en répondant directement aux besoins des utilisateurs**

#### *Besoin n°1: Aide pratique*

17 Les utilisateurs estiment que l'aide apportée par les offices des brevets est généralement plus théorique que pratique, alors que l'aide pratique est précisément ce dont ils ont le plus besoin.

#### *Besoin n°2: Aide extérieure pour utiliser concrètement le système des brevets*

18 Les utilisateurs, même les plus expérimentés, estiment que l'utilisation du système des brevets (par exemple la préparation/présentation d'une demande ou l'obtention d'une licence d'exploitation) est compliquée. En conséquence, il existe un besoin particulier d'activités personnalisées et individualisées.

#### *Besoin n° 3: Aide de proximité*

19 Plus l'utilisateur est éloigné de l'aide requise, moins il est susceptible de rechercher cette aide. C'est notamment le cas des PME et des demandeurs privés. Il semble donc qu'une régionalisation soit particulièrement importante pour les offices des brevets qui couvrent de vastes zones géographiques.

## **Accroître l'efficacité en améliorant le fonctionnement**

### *Gain d'efficacité n°1: Collaboration horizontale entre les ONB*

20 Bien que les différences de législation puissent justifier le fait que les ONB aient leur propre procédure de demande de brevet, les activités de promotion des offices des brevets poursuivent essentiellement le même objectif.

### *Gain d'efficacité n° 2: Collaboration verticale avec les partenaires*

21 Étant donné l'objectif des activités de promotion (développer l'innovation pour une prospérité accrue), les objectifs/sous-objectifs - commerciaux ou non - de nombreux intervenants se chevaucheront partiellement.

## **Améliorer l'efficacité par une approche intégrée**

### *Option d'intégration n°1: Adopter une approche globale pour optimiser les activités de promotion*

22 Étant donné leur objectif commun et leur interdépendance, les activités de promotion du système des brevets ne doivent pas être considérées séparément, mais plutôt comme la partie d'un tout. Aussi est-il impératif que chacune des phases d'AIDA soit traitée de façon à atteindre plus facilement l'objectif global.

### *Option d'intégration n° 2: Clore le cycle d'amélioration des activités*

23 Les ONB sont tout à fait conscientes que l'amélioration de l'efficacité à long-terme des activités de promotion nécessite une évaluation de leur performance et une adaptation de leurs activités en conséquence, de façon continue et systématique. Les activités de promotion du système des brevets ne constituent pas un objectif en soi, mais plutôt le moyen d'atteindre le but ultime qui est le développement de l'innovation. Bien que difficile à évaluer, la quantification des relations entre les efforts promotionnels et l'impact réel sur l'innovation pour les utilisateurs améliorerait considérablement le processus de décision des offices des brevets.

## **Améliorer l'efficacité en réduisant les besoins**

*Option visant à réduire les besoins: Intégrer les droits de propriété intellectuelle (DPI) dans le système éducatif*

24 Enseigner le système des brevets aux jeunes et aux enfants serait une façon beaucoup plus efficace de sensibiliser un large public, notamment les futurs membres des groupes cibles des offices des brevets. Ainsi peut naître un véritable attrait pour les brevets et les informations s'y rapportant, ce qui compléterait les activités d'incitation qui caractérisent la situation actuelle.

## **Recommandations pour améliorer l'efficacité des activités de promotion des brevets**

25 Les recommandations se répartissent en quatre catégories:

- (a) Recommandations au niveau national destinées aux différents offices des brevets
- (b) Recommandations générales destinées aux différents offices des brevets
- (c) Recommandations aux offices des brevets en général.
- (d) Recommandations à la Commission européenne.

26 À notre avis, la meilleure façon d'améliorer l'efficacité à court et moyen terme des activités de promotion des brevets réside dans la collaboration des offices des brevets avec d'autres partenaires au niveau national ou avec d'autres offices au niveau communautaire, telle que définie dans les recommandations des catégories (b) et (c). Les recommandations de la catégorie (a) sont moins importantes puisque leur mise en œuvre entraînera des améliorations de l'efficacité relativement limitées, bien qu'appréciables. C'est pourquoi ces recommandations ne seront pas développées dans le présent résumé. Les recommandations de la catégorie (d) se solderont très probablement par des améliorations à long-terme de l'innovation comparables à celles obtenues grâce aux recommandations des catégories (b) et (c). La mise en œuvre des recommandations de la catégorie (d) peut cependant s'avérer plus compliquée puisqu'elles entraînent des changements hors de la sphère d'influence des offices des brevets.

## **Recommandations générales aux différents offices des brevets**

### *Exploiter les possibilités de partenariat*

27 Créer des partenariats avec des intermédiaires qui partagent les mêmes objectifs et qui sont plus accessibles aux utilisateurs constitue une façon relativement peu coûteuse d'intensifier l'efficacité des activités de promotion. Par conséquent nous recommandons vivement d'explorer et d'exploiter toutes les options disponibles.

## **Recommandations aux offices des brevets en général**

### *S'unir pour partager les expériences et traiter des problèmes communs*

28 L'inventaire des activités actuelles de promotion révèle que les offices des brevets mettent en œuvre un large éventail d'activités pour atteindre le même objectif. En conséquence, l'échange structurel et systématique d'idées, d'expériences et de connaissances pourrait entraîner des bénéfices synergiques pour l'ensemble des offices des brevets. Aussi recommandons nous vivement de systématiser ces échanges.

### *Développer conjointement un système d'évaluation des activités de promotion*

29 Nous recommandons vivement d'entreprendre une étude détaillée afin de quantifier les relations entre les activités de promotion des brevets et l'innovation. Les résultats fourniront une base solide pour mesurer les performances et optimiser les activités. Ce projet se prête parfaitement à la collaboration, étant donné la complexité du sujet et les ressources limitées dont dispose chaque office des brevets pour réaliser des recherches de fond à orientation scientifique.

### *Créer un centre de connaissances paneuropéen*

30 Un centre de connaissances paneuropéen semble être un moyen pratique de coordonner et de faciliter concrètement la gestion des connaissances. Le centre peut, en collaboration avec des États membres affiliés, identifier des exemples de meilleures pratiques, développer de nouvelles activités, mettre en place un service d'assistance pour les ONB ou créer des dispositifs d'échanges de connaissances. Le regroupement des ressources et des infrastructures au sein du centre de connaissances permettra aux ONB de consacrer une plus grande partie de leurs faibles ressources et moyens financiers à des actions de promotion régionales et nationales pour mieux cibler les clients. Nous recommandons, par conséquent, la création d'un centre de connaissances paneuropéen.

### **Recommandations à la Commission européenne**

#### *Promouvoir l'intégration de cours sur les droits de la propriété intellectuelle (DPI) dans les programmes d'enseignement professionnel supérieur et universitaire*

31 Nous recommandons vivement l'intégration structurelle de l'enseignement des DPI dans les écoles techniques et universités.

32 À titre individuel, les ONB semblent avoir peu d'influence à cet égard et risquent de susciter une certaine méfiance en raison du conflit d'intérêts intrinsèque. Nous pensons qu'il serait plus judicieux que la Direction générale Éducation et Culture de la Commission européenne engage un tel débat au niveau paneuropéen. À cela s'ajouterait, idéalement, des initiatives émanant des ministères concernés de chaque État membre au niveau national, et des actions de l'UNESCO au niveau mondial. À l'évidence, les offices des brevets devraient jouer un rôle actif dans le développement et la mise en œuvre des programmes.