

LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE, un levier de croissance majeur

Mettre en place une stratégie de Propriété Industrielle va au-delà de la simple protection de l'entreprise. Aujourd'hui, elle devient un véritable levier de croissance sur tous les plans.

Rencontre avec Axel Doucerain, Associé fondateur du cabinet AtlantIP et Conseil en Propriété Industrielle.



Axel Doucerain

Quelles sont les expertises de votre cabinet ?

AtlantIP est un cabinet spécialisé dans le domaine de la Propriété Intellectuelle. Nous aidons nos clients à acquérir et exploiter des droits de Propriété Industrielle (brevets, marques, modèles...), et nous intervenons pour protéger leur Propriété Intellectuelle (incluant les droits d'auteur) dans le monde entier.

Nous pouvons ainsi nous charger de la validation d'un projet en amont (recherche d'antériorités, état de l'art), de la définition de la stratégie de Propriété Industrielle, des dépôts, ainsi que de la gestion des procédures d'enregistrement. Nous travaillons aussi sur la gestion des portefeuilles de droits en renouvelant les titres à leurs échéances respectives (paiement d'annuités tous les ans pour les brevets, tous

les 5 ans pour les modèles ou 10 ans pour les marques). Nous accompagnons donc nos clients dans la durée. Nous avons enfin une grande expertise des missions d'intelligence économique et de veilles stratégiques.

Aujourd'hui, la Propriété Industrielle est particulièrement importante dans un environnement où la concurrence est mondiale et la contrefaçon connaît un très fort développement. Il devient essentiel de se protéger et d'innover pour se démarquer.

De plus en plus d'entreprises en prennent conscience. Comment les accompagnez-vous à ce niveau ?

Pour un groupe du CAC40 qui a un département dédié, nous apportons une plus-value stratégique. Pour les plus petites entreprises ou les particuliers, nous prenons en charge le sujet dans sa globalité. Nous les sensibilisons à l'importance de la Propriété Industrielle, aux enjeux financiers, car il s'agit d'un véritable levier de croissance et de compétitivité.

Notre mission est double : aider nos clients à avoir un coup d'avance sur leurs concurrents et à anticiper les prochaines grandes tendances en étant innovants et en luttant contre la contrefaçon.

Quels sont les enjeux qui persistent ?

Il y en a 3 principalement :

- Réduire les inégalités culturelles qui existent entre les grandes sociétés et les PME, qui peuvent percevoir ce sujet comme un coût à court terme. Le but est de leur faire prendre conscience des avantages sur un plus long terme, notamment pour leur développement à l'international, leur image de marque, leur crédibilité auprès des partenaires, investisseurs ou encore de leur différenciation technologique ;

- Conserver ou acquérir le leadership commercial et technique dans un environnement concurrentiel sans avoir à adopter une politique de "Low-Cost". La valorisation des produits et services "leaders" passe selon moi par l'innovation qualitative et non par des prix cassés – on trouvera toujours quelqu'un qui fait moins cher mais c'est plus délicat de trouver mieux ;
- Rester constamment en mouvement pour s'adapter aux innovations et les défendre efficacement contre les nouvelles formes de contrefaçons facilitées par l'émergence des nouvelles technologies (Internet, code, impression 3D...). L'impression 3D est, par exemple, un objet de fascination pour moi, car il s'agit d'une opportunité incroyable qui révolutionne notre système industriel actuel, mais qui constitue aussi un vrai challenge pour les Conseils en Propriété Industrielle, car elle permet de contrefaire tous les droits de propriété intellectuelle à la fois !

Quels sont les sujets sur lesquels les entreprises doivent être plus vigilantes ?

Il faut toujours essayer de raisonner en amont et sur le long terme. Il faut aussi être conseillé et adopter les bons réflexes : bien définir son innovation et la façon dont elle sera protégée ; ne jamais divulguer une invention ou un design avant de les déposer ; mettre en place une réelle politique d'intelligence économique via par exemple une surveillance des registres pertinents de brevets, marques pour être au fait des activités des concurrents.

C'est pour moi une façon efficace et économique d'adopter une bonne stratégie de Propriété Industrielle.

Pour toutes ces raisons, il faut faire appel à un Conseil en Propriété Industrielle. X