### **RESUME**

# Quels outils de propriété intellectuelle existent pour mon offre de produits et/ou de services ?

**Série de webinaires à l’intention des pmes: Session 2**

Cette session permettra aux apprenants d’identifier et de différencier les aspects de propriété intellectuelle qui interviennent dans chaque composante de ses activités ou dans ses produits et services ou encore dans la promotion de l’entreprise et des produits et services. Ainsi, l’apprenant comprendra comment telle ou telle composante de son activité peut être appréhendée par la propriété intellectuelle. La session se divise en 2 sous-thèmes.

2a) Droits de propriété intellectuelle (DPI) et innovation

L’entreprise développe-t-elle de nouveaux produits, de nouvelles technologies ou techniques, l’apprenant apprendra comment les protéger pour s’en réserver l’exclusivité à travers des mécanismes comme les brevets, les modèles d’utilité ou plus rarement les schémas de circuits intégrés (ces derniers ne sont pas très fréquents). Cette démarche à la fois d’innovation et de sécurité économique (sécurisation du parcours d’affaire de l’entreprise) lui permettra aussi d’accéder à des informations essentielles sur les techniques et innovations existantes et protégées afin d’aboutir à une « intelligence du marché » : concurrence, recherche et état de l’art et de la technique, identifications de partenaires potentiels.

2b) Droits de propriété intellectuelle et commercialisation

Avant de lancer un nouveau produit, l’entreprise pourra décider que ses produits ou les emballages des produits auront une forme ornementale unique et spécifique qui leur donnera une apparence spéciale. Cette création ornementale pourrait être protégée par le biais des dessins ou des modèles industriels.

Une fois les produits créés ou les services définis, l’entreprise voudra les différencier et créer un lien par lequel le public en général et la clientèle en particulier les rattachera à elle. Pour ce faire, l’entreprise pourrait créer une ou plusieurs marques qui seront le lien entre elle et le produit et entre elle et le public. Ce lien servira de média par lequel l’entreprise communiquera avec le public.

Pour ses activités de promotion/marketing, l’entreprise pourra engager des campagnes publicitaires et aussi avoir un site internet dédié à elle et ses produits. Les productions publicitaires pourraient être protégées par le droit d’auteur et le site pourrait consister en un nom de domaine qui serait protégé.

Nous nous proposons dans ce thème de partager avec les apprenants le processus selon lequel la propriété intellectuelle appréhende ces aspects essentiels pour l’entreprise.

Vous trouverez une liste de publications de l’OMPI en rapport avec le thème du wébinaire :

<https://www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4225>

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

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=271&plang=EN>

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4388&plang=EN>

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4350&plang=EN>

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4208&plang=EN>

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=152&plang=EN>

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=147&plang=EN>

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=294&plang=EN>

<https://www.wipo.int/tradesecrets/en/tradesecrets_faqs.html>

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=295&plang=EN>

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=271&plang=EN>

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=294&plang=EN>

[Fin du document] 28 septembre 2020