

LYON

JURIDIQUE

LE JOURNAL DES ENTREPRISES

Interview **Protection industrielle : « Divulguer juste ce qu'il faut »**

Entretien avec Guillaume Grand, conseiller en protection industrielle au cabinet Lavoix

Propos recueillis par Audrey Henrion - 15 février 2019

À quelles conditions et dans quelle situations une entreprise doit-elle déposer un brevet ? Les réponses de Guillaume Grand, ingénieur et conseiller en protection industrielle au sein du cabinet lyonnais Lavoix.



▲ Guillaume Grand — Photo : DR

Dans quelles situations le dépôt de brevet vous paraît-il indispensable ?

Guillaume Grand : Dès lors qu'une entreprise développe une nouveauté qui peut la distinguer de la concurrence, il ne faut pas hésiter à déposer ! Si l'originalité mise au point, machine plus rapide, dispositif médical mieux toléré, système plus fiable, dispositif plus ergonomique, procédé plus performant, etc., est à la base du succès espéré, je crois essentiel de toujours chercher à protéger son avance technique sur la concurrence, même si cette avance peut sembler technologiquement modeste.

Les dirigeants estiment parfois que déposer des brevets revient à donner les recettes de fabrication. Vrai ou faux ?

G. G. : C'est presque toujours faux. Il me semble illusoire de penser que, sur le moyen terme, le secret est plus efficace que la protection par brevet : le secret est dur à organiser de manière sûre. Pensez, par exemple, aux fuites informatiques, au turn-over des salariés, voire à l'espionnage industriel... sans compter les méthodes de Rétro-ingénierie qui sont aujourd'hui très puissantes. A l'inverse, l'art du bon rédacteur de brevets est de divulguer juste ce qu'il faut pour obtenir une protection efficace, sans nécessairement donner tous les détails...

Protège-t-on différemment qu'il y a 10 ou 20 ans ?

G. G. : Sur ces deux dernières décennies, nous avons assisté à une prise de conscience plus générale, y compris au niveau des PME/PMI, que la propriété industrielle (PI) pouvait être un véritable levier de croissance pour l'entreprise. Surtout quand la direction veille à ce que la stratégie PI serve les objectifs business de l'entreprise. Je viens par exemple de participer à une réunion du comité de direction d'une entreprise de taille moyenne dans le secteur de la mécanique. Son enjeu : pratiquer davantage de PI pour se démarquer de la concurrence et dissuader « les suiveurs ».

MOTS-CLÉS

INTERNATIONAL

POURSUIVEZ VOTRE LECTURE