



e-Revues en libre accès
Online Journals in Open Access

Technologie et innovation Technology and Innovation

ISTE
OpenScience

27-37 St George's Road
London SW19 4EU – United Kingdom
+44 208 879 4580 – www.openscience.fr

APPEL A ARTICLES

Brevets et stratégies de valorisation de l'innovation technologique

La propriété intellectuelle, et plus singulièrement les brevets, ont vu leur utilisation fortement évoluer sur les dernières décennies. Sans abandonner leur rôle de rempart destiné à sécuriser les gains tirés de l'exploitation industrielle et commerciale de l'invention brevetée, les brevets se sont vu accorder un rôle également offensif sous la forme de brevets bloquants, voire un rôle jugé souvent pernicieux dans le cadre du modèle d'affaires des *patent trolls*. Les brevets ne se limitent plus en outre à la relation avec les concurrents mais ont largement investi également le domaine financier. Grâce par exemple à leur fonction de signal crédible de la capacité inventive des inventeurs, ils peuvent faciliter l'accès au capital risque ou l'introduction en bourse de la firme détentrice. Ils ont également permis l'émergence d'un marché des technologies et favorisé en cela le développement des *fabless*. En conciliant protection et divulgation des inventions, ils contribuent notoirement à l'essor de l'*open innovation*.

Il n'en reste pas moins que les stratégies d'innovation peuvent entretenir un lien ambivalent avec les brevets. Ainsi en est-il par exemple de la stratégie de la firme californienne Tesla dont le Directeur Général Elon Musk annonçait très médiatiquement le 12 juin 2014 au nom de la société qu'il dirige « *All our patent are belong to you* ». Dans le même communiqué Elon Musk allait jusqu'à remettre en cause une stratégie d'innovation construite sur les brevets : « *Technology leadership is not defined by patents, which history has repeatedly shown to be small protection indeed against a determined competitor, but rather by the ability of a company to attract and motivate the world's most talented engineers.* ». Pourtant, sur l'année 2017, Tesla se voyait encore octroyer une soixantaine de brevets par l'USPTO, soit à peu près autant que sur les années 2012 et 2013 juste antérieures au communiqué. Pourrait-il ainsi y avoir une rationalité à breveter pour ne pas exercer son droit d'exclusivité ? Au-delà du cas Tesla, les brevets ont-ils eu et ont-ils encore un rôle moteur dans l'innovation, ou bien ne sont-ils qu'un habillage ou un outil de communication masquant d'autres ressorts de l'innovation ?

Comme les autres DPI, les brevets constituent des droits de propriété à part. Le droit d'exclusivité sur les exploitations industrielles et commerciales de l'invention brevetée qu'ils confèrent à leur détenteur est générateur de pouvoir de marché et introduit une distorsion dans l'économie. Celle-ci est néanmoins consentie comme un moindre mal pour remédier au défaut d'appropriabilité des

gains à l'innovation et ainsi promouvoir cette dernière. Les brevets ne sont donc pas en tant que tels une entorse au droit de la concurrence. Seul l'abus de pouvoir tiré de brevets l'est. En conséquence, jusqu'où peuvent aller les stratégies de valorisation construites sur les brevets ? La question se pose par exemple dans le cas des *patent pools* qui peuvent être vus tantôt comme instruments de coopération vertueux, tantôt comme barrière à l'entrée sur un marché. De même, en matière de droit fiscal, jusqu'où une firme peut-elle pousser l'optimisation fiscale à partir des *patent box* ? *A contrario*, il est notoire que les droits de propriété intellectuelle que constituent les brevets sont fragiles. L'issue des litiges en matière de brevets est hautement incertaine, justifiant le titre de *probabilistic patent* attribué par Lemley & Shapiro (2005, *Journal of Economic Perspectives*, 19/2, pp. 75-98). Quels enseignements en tirer pour les stratégies d'innovation ? Qu'en est-il des stratégies complémentaires, par exemple le marquage des brevets, pour renforcer la protection conférée par les brevets ?

Les contributions à ce numéro pourront être issues de différents champs disciplinaires dont une liste non exclusive inclut les sciences économiques, les sciences de gestion, le droit, la fiscalité, l'histoire. Dans le même esprit, les contributions devront s'adresser à un public essentiellement d'ingénieurs tout en respectant les canons d'un article académique. L'éventail des types de stratégie, des types d'entreprises et des secteurs ou pays étudiés est ouvert. Les contributions pourront s'inscrire dans l'un des thèmes suivants sans que la liste soit exclusive :

- Brevets et stratégies de financement de l'innovation
- Brevets et stratégies de localisation de l'innovation
- Brevets et stratégies d'*open innovation*
- Brevets et stratégies de *licensing*
- Brevets, structure de marché et droit de la concurrence
- Brevets et valeur de l'entreprise
- Brevets et stratégies complémentaires de valorisation de l'innovation
- Brevets *versus* stratégies alternatives de valorisation de l'innovation

Les contributions devront compter de 6000 à 8000 mots et être rédigées en français.

Editeurs invités : Marc Baudry (Université Paris Nanterre, EconomiX-CNRS & Chaire Economie du Climat) & Beatrice Dumont (Université Sorbonne Paris Cité, CEPN-CNRS & College of Europe)

Réception des propositions et articles à l'adresse suivante : beatrice.dumont@univ-paris13.fr

Délais :

- Réception des textes finaux : 30 avril 2019
- Avis d'acceptation ou de refus des propositions : 15 juin 2019
- retour des textes pour seconde évaluation 15 septembre 2019
- Avis d'acceptation définitive par les évaluateurs : 30 septembre 2019
- Publication : courant 2020