

ACTU INTERNET

**Le Pen revu et corrigé**  
Le regard de la presse européenne sur la victoire de Le Pen au premier tour des élections présidentielles. Un «séisme politique» pour la *Süddeutsche Zeitung*, une «crise de régime» pour la *Libre Belgique*, voire la «décadence» pour le *Público*, quotidien portugais.  
<http://news.courrierinternational.com/re?msd=40031424&usd=48621623&lsd=1>

✓ **ENVIRONNEMENT**  
La Russie ne ratifiera pas le **Protocole de Kyoto** sur la réduction des émissions de gaz à effet de serre avant 2003, malgré les appels des écologistes qui estiment que cette décision pourrait aider Moscou à attirer des investissements.

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

INVENTIONS

Les ingénieurs sont priés de n’inventer que ce qui peut être protégé

# Les brevets: moteur de l’innovation

Cette stratégie permet d’identifier les domaines d’activité les moins concurrentiels.

Christophe Saam\*

Autrefois, dans les entreprises, les inventions étaient faites par des ingénieurs qui les proposaient aux départements marketing chargés de les commercialiser. Graham Bell, Edison, Kudelski ont bâti des empires sur la base d’innovations nées dans des départements de R&D. Les ingénieurs ont cependant la fâcheuse tendance de développer des produits technologiquement avancés, mais dont personne ne veut. Alors, les entreprises ont choisi de favoriser une approche que l’on a appelée «market driven innovation»: les inventions sont instiguées par les départements de marketing et de vente, supposés mieux à même de détecter et d’anticiper les besoins du marché, et qui chargent les ingénieurs de développer des produits remplissant ces besoins. Le walkman ou la Swatch sont deux exemples de produit développés selon cette démarche.

Tous les produits finissent par se ressembler

Cette stratégie a toutefois aussi un inconvénient: différentes entreprises du même secteur sont confrontées aux mêmes demandes des mêmes clients et tendent à leur apporter des réponses similaires. Tout le monde

s’engouffre dans les mêmes créneaux et les produits de sociétés concurrentes finissent par tous se ressembler. C’est gênant pour l’image innovante que les entreprises souhaitent donner d’elles-mêmes, et c’est surtout une source de conflits potentiels. Le risque est en effet si important qu’au moins certains concurrents ont songé à déposer des brevets pour leurs produits comparables. Les entreprises se retrouvent ainsi dans un marché très concurrentiel et contraintes d’évoluer dans un domaine technologique encombré de brevets de concurrents. Et puis, comment amortir des frais de développement faramineux si, faute de protection efficace, la solution proposée peut être copiée par des tiers qui n’ont pas eu à supporter ces coûts?

Le marché de niche est préférable au marché de masse

Ces constatations, ainsi que le développement de l’intelligence économique lié à l’explosion d’internet, conduisent beaucoup d’entreprises à encourager une «patent driven innovation»: on demande aux ingénieurs de n’inventer que ce qui peut être protégé, si possible au moyen de brevets. Surtout, on leur demande aussi d’éviter de réinven-

ter ce qui a déjà été breveté par d’autres. L’idée sous-jacente est que, dans bien des situations, il est préférable d’être actif dans un marché de niche, où la concurrence sera soigneusement repoussée grâce à un portefeuille de brevets dissuasif, que dans un marché de masse beaucoup plus large, mais repéré par tous les stratégies marketing et bientôt très disputé.

Des innovations au service des brevets

Les conseils en brevet voient ainsi leur domaine d’action s’élargir et doivent dorénavant répondre à la question: «Dans quelle direction dois-je orienter mes recherches pour développer un produit qu’il est encore possible de protéger de façon incontournable?» La réponse à cette question passe invariablement par une analyse des brevets et des publications déjà publiés dans un domaine technologique donné afin d’identifier des niches ou des secteurs prometteurs encore délaissés par les déposants. Les marges importantes qu’il est possible d’obtenir grâce à la situation de monopole conférée par les brevets compensent l’étroitesse du marché dans ces niches. En suivant cette démarche, le fabricant Gillette a adopté un design pour sa nouvelle généra-

tion de rasoirs qui lui permet de renforcer son monopole sur le marché des lames de rechange compatibles. Les nouvelles lames sont bourrées d’innovations, dont certaines semblent davantage justifiées par la possibilité de les protéger au moyen de brevets que par des avantages techniques déterminants. De la même façon, un fabricant d’appareils de mesure me confiait systématiquement choisir, entre deux options techniques comparables, celle qui offrait les meilleures possibilités de protection. Dans son cas, la prise en considération de la propriété intellectuelle intervient donc tout au début du cycle de développement de chaque nouveau produit plutôt qu’au terme de ce développement. Idéalement, cette réflexion devrait même intervenir lors de l’établissement du business plan et du plan de segmentation de marché. Pour quoi en effet se ruer vers un domaine d’activité soumis à une vive concurrence, lorsqu’une recherche dans les banques de données de brevets permet de déceler rapidement des domaines d’application voisins encore largement laissés en friche? •

\* European Patent Attorney  
P&T S. A.  
[www.patentattorneys.ch](http://www.patentattorneys.ch).  
Cette rubrique est mensuelle.

PROTESTATION

Une pétition a été remise à la conseillère fédérale Ruth Metzler

# Les paysans bio s’élèvent contre des brevets sur les êtres vivants

L’autorisation de ce type de brevets contredirait les objectifs de l’agriculture écologique suisse.

Des paysans bio ont protesté jeudi contre les brevets sur les êtres vivants. Ils ont remis à la conseillère fédérale Ruth Metzler des centaines de demandes de brevets exotiques et une pétition demandant de renoncer à breveter les êtres vivants. Une trentaine de paysans bio se sont rassemblés devant le Palais fédéral, munis de banderoles, pour faire part de leurs critiques à l’encontre de la révision de la loi sur les brevets. Cette révision prévoit de permettre de breveter des inventions biotechnologiques et d’adapter ainsi le droit suisse à la législation européenne. Elle est en consultation jusqu’à fin avril.

Eviter la dépendance face à l’industrie agroalimentaire

«Si on veut breveter le vivant, alors allons jusqu’au bout», ont estimé les manifestants. Ils ont remis à la chancellerie fédérale des

centaines de «demandes» de brevets exotiques pour des chatons fermiers particulièrement beaux, des veaux avec une marque d’oreille intégrée, des fourmis qui ne traient que des pucerons bio pour produire du miel bio.

Ne pas favoriser les cultures OGM

Selon Martin Ott, membre du comité de Bio Suisse, la proposition du Conseil fédéral d’autoriser le brevetage des êtres vivants contredit les objectifs de l’agriculture écologique demandée par le peuple suisse. Il a ajouté que la révision de la loi ne ferait que renforcer la dépendance des paysans du nord et du sud face à l’industrie agroalimentaire. Selon les manifestants, la révision de la loi risque en outre de favoriser la culture de plantes transgéniques par rapport aux plantes issues de la sélection végétale traditionnelle. - (ats) •

L'AGENDA DU HIGH-TECH

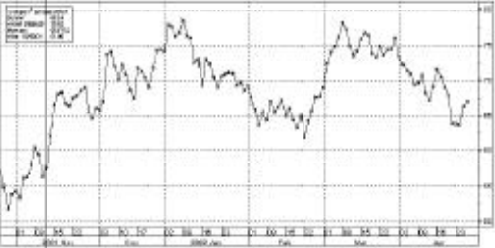
Ú First Tuesday: «Quel soutien de l'Etat pour les start-up?» Renens, mardi 30 avril.

Ú Journées biennoises de la communication, Bienne, jeudi 2 et vendredi 3 mai.

L'ACTION VEDETTE DU JOUR

Ú SIEMENS (SIE GR)

Les résultats du deuxième trimestre 2001-2002 sont réjouissants. L'EBITDA a atteint 919 millions d'euros, largement supérieur aux attentes du consensus. Les divisions industrielles ont bien performé, mais la téléphonie fixe souffre toujours. La restructuration de cette division devrait permettre une économie de 1,5 milliard d'euros en 2003. Siemens améliore sans cesse sa rentabilité.



DÉCOUVERTES

**Linuxiens, unissez-vous**  
La ressource pour les fous d’informatique, linuxiens en tête. Le mode de fonctionnement est original: chacun peut soumettre un article, glané ici ou là sur le web, ou un commentaire personnel. Cela fait de slashdot un site très réactif et plutôt exhaustif. Seul hic: le néophyte risque d’y perdre son latin.  
[www.slashdot.org](http://www.slashdot.org)

✓ **SANTÉ**  
Dans leurs travaux parus dans la revue *Science*, des chercheurs américains et suédois donnent la clé de l’émergence de la peste. L’évolution d’un seul gène a suffi à transformer un germe causant quelques troubles mineurs de l’estomac en agent de la **peste bubonique**.

LA CHRONIQUE DE SYLVIE GARDEL

## Requiem pour un salon



COMPUTER-expo a fermé les portes de sa 22<sup>e</sup> édition sur un bilan peu encourageant. Moins de 13.000 visiteurs, alors qu’ils étaient encore 30.000 à s’y masser à la fin des années 1990. D’aucuns s’évertuent à répéter que la déprime du marché de l’informatique en est la cause. Certes, l’année 2001 a été catastrophique, marquant l’arrêt d’une

croissance ininterrompue de quinze ans. Mais depuis, les constructeurs informatiques ont revu leur stratégie et réduit leurs ambitions. D’ailleurs, la tendance est plus positive aujourd’hui qu’au cours de ces 18 derniers mois. Dans ce contexte, il semble logique que des salons comme COMPUTER-expo revioient aussi leurs ambitions à la baisse. Mais était-ce bien nécessaire de privilégier un marché, le B2B, dont les perspectives sont résolument inférieures à celles du marché domestique? Un vœu des exposants (lesquels?) qui a eu raison de la défection des sociétés plus orientées grand public. Mais voilà, seuls les stands commerciaux ont attiré les foules: ADSL, cartouches d’encre rechargeables, applications digitales de contenu, livres spécialisés, souris et claviers, etc. Exception faite pourtant de certains produits professionnels très high-tech, visuellement impressionnants et attractifs. Or justement, ces exposants-là ne reviendront pas non plus l’an prochain! Trop d’absents, pas assez de sérieux, peu d’animations, pas d’énergie, aucune créativité, et surtout aucune participation du monde réel! «Pourtant les besoins existent, mais personne ne semble vouloir y répondre ici!», déplorait un exposant, soulignant le comportement «à la française» de ces Romands «qui ne savent que râler». Bref, COMPUTER-expo 2002 avait tout d’une exposition en fin de carrière, d’un salon surfait sorti de son contexte, insatisfaisant tant du point de vue des exposants que des visiteurs. Il serait donc temps que le Comité reconsidère le bien fondé de sa stratégie, en gardant à l’esprit que le prix du m<sup>2</sup> à Beaulieu est particulièrement dissuasif pour les petits acteurs régionaux auquel l’édition 2003 entend faire la part belle •

LE CYBERANALYSTE

## Donner pour recevoir

Par Jérôme Boujol\*

«La nouvelle économie. Une expression galvaudée, vidée de son sens. Trop souvent confondue avec nouvelles technologies. Pour moi, il s’agit d’une forme réinventée du troc, affirme Natasha, péremptoire: je t’offre un portable, contre un abonnement à mes services de téléphonie mobile!» «J’irai un pas plus loin, rétorque le cyberanalyste. C’est donner quelque chose, dans l’espoir – et non la certitude – de recevoir autre chose en échange. Voyez la presse et ses archives. D’un côté, vous avez les adeptes de l’ancienne économie. Le *Wall Street Journal* ([www.wsj.com](http://www.wsj.com)), Barron’s ([www.barrons.com](http://www.barrons.com)) ou encore BreakingViews ([www.breakingviews.com](http://www.breakingviews.com)) fournissent leurs historiques contre paiement. Tout comme *Business Week* ([www.businessweek.com](http://www.businessweek.com)), *The Economist* ([www.economist.com](http://www.economist.com)) et *Finanz und Wirtschaft* ([www.finanzinfo.ch](http://www.finanzinfo.ch)). Ces derniers ont toutefois la décence, contrairement aux premiers, de proposer un accès gratuit aux abonnés de leur édition papier.» «A l’autre bout du spectre: les partisans de la nouvelle économie. Ceux qui, à l’instar du *Financial Times* ([www.ft.com](http://www.ft.com)), de *Fortune* ([www.fortune.com](http://www.fortune.com)), de *Forbes* ([www.forbes.com](http://www.forbes.com)) ou encore de *Cash* ([www.cash.ch](http://www.cash.ch)), laissent leurs archives en libre accès pour stimuler les souscriptions à leurs publications. Donner pour recevoir...» «Des informations gratuites? En veux-tu, en voilà! surenchérit Natasha. Allez faire un tout chez Business.com ([www.business.com](http://www.business.com)), FindArticles ([www.findarticles.com](http://www.findarticles.com)) et WorldNews ([www.wn.com](http://www.wn.com)): vous m’en direz des nouvelles! Qui ose encore prétendre que l’image supplantera l’écrit?» •

\* [cyberanalyste@boujol.com](mailto:cyberanalyste@boujol.com), [www.boujol.com/cyberanalyste](http://www.boujol.com/cyberanalyste).