



Propriété intellectuelle, et vos savoir-faire vous les protégez ?

jeudi 27 octobre 2016, par [lpe](#)

Qu'est ce qui permet de se distinguer de ses concurrents ? la réponse est évidente désormais pour tous : l'innovation.

Innovation technologique, de service, de méthode... toutes les idées sont bonnes pour avoir un temps d'avance sur ses marchés.

Or, pour maintenir cette avance, il est également acquis qu'une stratégie de protection contre la copie doit être mise en place.

S'il est aisé de penser à protéger ses solutions techniques, signes distinctifs et/ou designs par le biais de l'obtention de titres de propriété industrielle (i.e brevet, marque, dessin et modèle), il est plus délicat de parvenir à déterminer, valoriser et défendre ce qui fait pourtant la force de l'entreprise : son savoir-faire.

La définition la plus communément admise du savoir-faire est la suivante : un ensemble d'informations pratiques non brevetées, résultant de l'expérience et testées, qui est secret (i.e pas généralement connu ou facilement accessible), substantiel (important et utile pour la production des produits contractuels), identifié et transmissible. Il appartient bien à l'entreprise et n'est pas du seul ressort de la compétence d'une personne physique en interne : organisation d'un atelier, solution de SAV, conception et contenu d'une base CRM, trame de rédaction de documents...

Ce savoir-faire fait partie des actifs immatériels des entreprises au même titre que la solidité du système d'informations, le capital humain, la force managériale, l'image de la marque... et, à ce titre, peut et doit être valorisé : cession, licence...

Au préalable, toutefois, des mesures de sécurisation des informations doivent être mises en place dans l'entreprise, en interne (datation et traçabilité du savoir-faire, sensibilisation des collaborateurs, limitation de l'accès aux informations à des personnes dédiées, clause de confidentialité dans les contrats de travail, marquages par un traceur des documents concernés...) et en externe (identification des visiteurs, NDA, prise de participation capitalistique dans la société qui reçoit l'information...).

Il peut être complexe de trouver le juste équilibre entre la nécessité du secret et la tentation de la communication afin d'attirer le client.

De même, lors de la détection d'un procédé ou d'une solution nouvelle en interne, la question d'une protection par brevet ou par secret doit être posée, au regard des avantages et inconvénients de l'une ou l'autre stratégie : le brevet offre la possibilité de faire valoir ses droits par le biais d'une action en contrefaçon mais impose une divulgation de l'information. Le secret, par définition, n'est pas diffusé mais les outils législatifs à disposition sont plus complexes à mettre en œuvre.

Enfin, ajoutons un dernier mot sur la fameuse directive européenne du 8 juin 2016 sur la protection du « secret d'affaires » : celle-ci aurait été pensée pour permettre notamment aux PME de défendre leurs secrets d'affaires, de fabrication, leur savoir-faire, de manière plus simple et plus efficace. Elle doit être

prochainement transposée en droit français mais a fait l'objet de nombreuses polémiques sur de possibles détournements. A suivre donc.

En conclusion, le savoir-faire d'une entreprise, carburant de sa croissance, peut être estimé, valorisé au même titre que ses actifs matériels. Des mesures de préservation de cette force doivent être mises en place dans les entreprises, en complément d'une pratique « propriété industrielle », dans le cadre d'une stratégie globale de protection de l'entreprise.

Cabinet IPSPHERE

Laetitia Canezza (depuis 2018 L. Canezza travaille au sein de la structure [INES PI](#))

Photo : La [Société Brionne](#)(86) spécialisée dans la quincaillerie des portes et fenêtres développe son savoir-faire depuis plus de 50 ans. Crédits photo le Petit économiste