

Saviez-vous que...

FICHE D'INFORMATION

Édition ÉTÉ 2006

Volume 1

VOUS AVEZ DÉJÀ PROBABLEMENT CRÉÉ UNE « MARQUE DE COMMERCE »?

Pensez à ces produits, ces procédés ou ces méthodes de fabrication qui finissent, avec le temps, par porter un nom à l'intérieur des laboratoires et avec un peu plus de temps, à l'extérieur même de l'institution.

Lorsqu'un partenaire obtient une licence d'exploitation d'un produit, d'un procédé ou d'une méthode de fabrication développés dans un laboratoire universitaire, il est possible en effet que le nom utilisé soit celui que vous lui avez donné. De fait, une stratégie de mise en marché est souvent fondée sur la conception, la commercialisation et la protection d'une ou de plusieurs marques de commerce. En affaires, très souvent le succès dépend du message véhiculé et de l'image projetée par le biais des marques.

Même si avec le passage du temps, les procédés, méthodes et produits évoluent, la clientèle continue néanmoins de les associer à ces marques de commerce devenues symboles de qualité et de fiabilité, et ce, peu importe l'identité du propriétaire de la

Il est donc dans l'intérêt des universités de protéger et de tirer profit de cette identification dans le marché en exigeant de demeurer titulaires des « marques de commerce » déposées en lien avec les produits et services commercialisés par un partenaire sur la base du travail des chercheurs universitaires. Ainsi, une université évitera une situation désagréable, par laquelle un ex-partenaire la concurrence en commercialisant un produit ayant comme marque de commerce celle conçue et utilisée par l'institution, et qui est devenue un symbole de fiabilité ou de qualité grâce au travail initial des chercheurs de l'université.

C'est pourquoi dans les ententes de licence d'exploitation, il est souhaitable de traiter de la propriété, des droits et des contrôles d'utilisation des marques de commerce pouvant être déposées par un partenaire en lien avec les résultats de vos

Une marque de commerce est :

- un mot, un symbole ou un dessin, ou une combinaison de ceux-ci, qui distinguent les produits ou les services d'une personne de ceux d'un tiers;
- susceptible d'être enregistrée pays par pays, au Canada et ailleurs; l'enregistrement au Canada donne le droit exclusif d'utiliser la marque dans tout le Canada pendant 15 ans; l'enregistrement est par la suite renouvelable tous les 15 ans;
- peu coûteuse et potentiellement perpétuelle;
- une façon efficace de protéger la valeur commerciale des résultats de vos recherches;
- une propriété intellectuelle pouvant revêtir une très grande valeur.

Saviez-vous que...

Est une production du Service de la valorisation des résultats de la recherche de l'INRS

Renseignements :

Stephen Fitzpatrick, conseiller juridique
Institut national de la recherche scientifique
Secrétariat général
490, rue de la Couronne
Québec (Québec) G1K 9A9

Téléphone : 418 654-3874
Télécopieur : 418 654-3876

stephen.fitzpatrick@adm.inrs.ca
www.inrs.ca