The background is a solid blue color. In the center, there is a 3D-rendered sphere. Below the sphere, there are several horizontal, slightly curved lines that create a sense of depth and movement. The overall design is clean and modern.

# Stratégie de propriété intellectuelle pour l'intelligence artificielle

Un guide pratique pour les fondateurs,  
les leaders et les investisseurs

**SCALE** | **AI**

Les modèles d'IA, les algorithmes, le code, les méthodes et les données propriétaires sont des actifs de propriété intellectuelle (PI) précieux. Intégrer une « réflexion en PI » dans votre stratégie commerciale en IA peut considérablement améliorer l'efficacité de ces actifs, favorisant la croissance de l'entreprise en anticipant les opportunités et les menaces.

Cependant, une stratégie de PI efficace doit reposer sur des bases solides. Six étapes essentielles sont nécessaires pour établir cette base solide dans le domaine de l'IA. Bien qu'il soit souvent admis que la gestion appropriée de la PI est coûteuse et complexe, ce guide dissipera concrètement ces deux idées fausses.

# A. Pourquoi la Propriété intellectuelle?

## Les entreprises d'IA reposent fondamentalement sur leur PI.

Les actifs PI constituent le cœur d'une entreprise d'IA: *les idées distinctives, les informations et les données qui vous distinguent de vos concurrents et des autres acteurs du marché.*

Ils définissent l'identité de votre entreprise et servent de ressource essentielle propulsant votre progression et votre expansion.

## Pourquoi une Stratégie de PI?

Exploiter efficacement votre PI est la clé pour libérer le plein potentiel de votre entreprise.

Une stratégie PI est simplement un composant de votre stratégie d'entreprise où *vous anticipez les opportunités et les menaces potentielles* pour votre PI, ainsi que la manière d'y répondre de manière proactive.

Ce n'est pas compliqué: avoir une carte est vital pour atteindre votre destination. Pour tirer le meilleur parti de votre PI, vous avez besoin d'un objectif et d'un plan. C'est précisément le but d'une stratégie de PI.

### RESTEZ IMPLIQUÉ!

Le terme *stratégie de PI* combine deux concepts critiques: la PI et la *stratégie*. La stratégie se concentre sur votre entreprise et - en tant qu'expert incontesté de votre entreprise - votre participation est essentielle pour orienter efficacement les décisions en matière de PI. Les stratégies de PI solides se distinguent par leur alignement avec les considérations et les réalités commerciales. Les spécialistes de la PI peuvent aider, *mais votre participation active est cruciale.*

## PI = Idées, Informations et Données?

Votre PI comprend les idées, informations et données distinctives qui vous distinguent de vos concurrents et des autres acteurs du marché.

- **Idées**, telles que les concepts innovants de produits, les cas d'utilisation, les modèles commerciaux, les stratégies de mise sur le marché, les stratégies de tarification.
- **Informations**, telles que le code logiciel, les améliorations algorithmiques, les modèles d'IA, les architectures, les pipelines de données, les outils, les méthodes, le savoir-faire.
- **Données**, telles que les données d'entraînement, les paramètres, les hyperparamètres et les données caractéristiques.

**« La stratégie se concentre sur votre entreprise, ce qui signifie que votre implication est essentielle pour orienter efficacement les décisions en matière de PI. »**

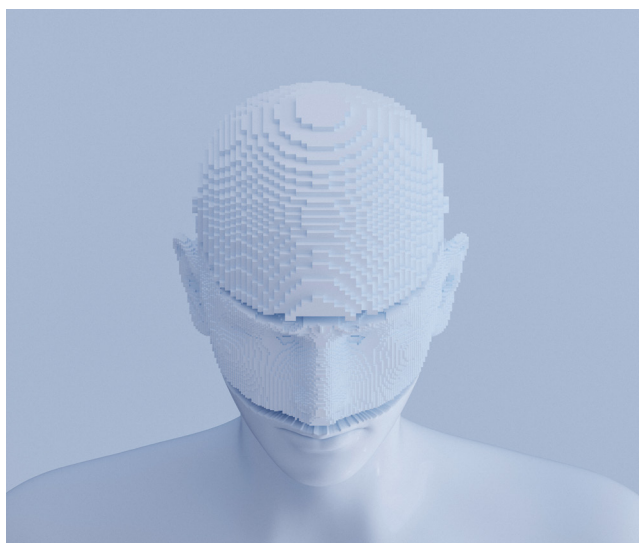
## OUTILS DE PI ET DROITS DE PI

Optimiser l'impact commercial de votre PI nécessite une gamme d'outils et de droits juridiques, tels que la protection des secrets commerciaux, la sécurisation des marques de commerce et des brevets, l'utilisation des codes ouverts (droit d'auteur), et plus encore. **Rappelez-vous: la PI est l'actif principal, tandis que les secrets commerciaux, les brevets, etc. sont les outils et les droits à travers lesquels nous pouvons exploiter les actifs PI.**

En essence, votre stratégie de PI est un plan décrivant comment et quand vous utiliserez ces outils et droits pour maximiser les avantages commerciaux tirés de votre PI.

## UNE BASE SOLIDE

Élaborer une stratégie de PI efficace revient à construire un bâtiment – cela commence par une base solide. Ce travail préliminaire pave la voie à des mesures plus avancées par la suite. En partant de zéro, en priorisant les aspects fondamentaux de votre stratégie de PI en premier lieu, vous contribuez à favoriser le succès à long terme et la résilience de votre entreprise.



**« Élaborer une stratégie de PI efficace, c'est comme construire un bâtiment - ça commence par une base solide. »**

## Destination ou Parcours ?

- Votre PI évolue à mesure que votre entreprise grandit, ce qui signifie que votre stratégie doit également s'adapter. Par conséquent, il est vital de comprendre qu'une **stratégie de PI est un parcours continu**, et non une destination statique.
- Commencer votre parcours de la PI peut initialement vous sembler inhabituel et vous pourriez être incertain quant aux prochaines étapes. **C'est normal et attendu.** Au fil du temps, en vous engageant régulièrement dans une « réflexion en PI », la clarté émergera progressivement sur les actifs de PI que vous possédez et comment vous souhaitez les exploiter.
- Par conséquent, n'attendez pas la perfection dès le départ. L'élément le plus important est de franchir cette première étape et de commencer votre parcours en PI dès le départ. L'élément le plus important est de **franchir cette première étape** et de commencer votre parcours de la PI.

## IL N'Y A PAS DE TAILLE UNIQUE

Les stratégies de PI ne sont pas universelles; elles varient en fonction de la technologie et de l'industrie. *Ce qui se révèle efficace dans un secteur peut ne pas être applicable dans un autre.* Par exemple, les industries exposées aux risques de rétro-ingénierie, telles que les matériels technologiques et les produits pharmaceutiques, s'appuient fortement sur le brevetage pour tirer parti de la valeur de leur PI, qui serait autrement totalement exposée aux concurrents.

D'un autre côté, l'IA présente des défis distincts. Ses fonctionnements complexes sont souvent cachés aux concurrents, rendant la rétro-ingénierie moins évidente. Bien que cela offre aux entreprises d'IA plus d'options pour les stratégies de PI, des outils comme le brevetage sont également moins directs et nécessitent une planification plus minutieuse. Ces réalités soulignent le besoin d'une *approche spécifique à l'IA* en matière de stratégie de PI.

Plongeons dans les détails!

# B. Une Stratégie de PI Fondamentale pour l'IA

Bien que chaque entreprise d'IA soit unique, il existe des étapes fondamentales que toutes devraient envisager lors du développement de leur stratégie de PI. Voici six étapes essentielles pour établir une base solide pour votre stratégie de PI:

**01** Protégez votre nom de marque

**02** Possédez votre PI

**03** Identifiez et protégez vos secrets (et données)

**04** Gérez les obligations du code source ouvert

**05** Vous familiarisez avec le paysage des brevets

**06** Bâissez sur votre fondation

Allons-y en profondeur pour chaque étape:

## Étape 1. Protégez votre nom de marque.

### POURQUOI?

Vous avez travaillé ardemment pour choisir le nom parfait. Vous ne voulez pas que les concurrents commencent à utiliser un nom similaire, n'est-ce pas? Cela nécessite une marque déposée.

### COMMENT FONCTIONNENT LES MARQUES DE COMMERCE?

Une marque déposée confère des droits légaux à l'échelle nationale contre l'adoption ultérieure d'une marque similaire dans un domaine d'activité semblable.

L'enregistrement est requis dans chaque pays où vous désirez obtenir une protection. Les entreprises d'IA

canadiennes devraient généralement s'enregistrer au Canada et aux États-Unis. Une marque déposée est indiquée avec le symbole <sup>MD</sup>.

### Le saviez-vous?

- Seulement enregistrer le nom lors du démarrage de votre entreprise ne le protège pas.
- Seule une **marque déposée** protège votre nom d'entreprise contre son adoption par d'autres dans des secteurs d'activité connexes.

## QUEL EST LE PROCESSUS ?

1. **Déposez une demande** pour votre marque de commerce (nom/logo) avec l'aide d'un agent de marque de commerce enregistré. La demande décrira la marque (par exemple, incluant tout design, couleur, etc.), ainsi que listera la ou les classe(s) associée(s) de produits et/ou services. (Les produits et services sont classés en classes standard.)

2. **Examen** par un examinateur du Bureau des Marques de Commerce, pour vérifier s'il existe des marques similaires, ainsi que d'autres facteurs tels que si la vôtre est trop descriptive des produits ou services. L'examinateur émet une évaluation écrite, soit en autorisant l'enregistrement, soit en demandant certaines modifications pour se conformer aux exigences.

## CHOISIR VOTRE NOM

Un nom unique est plus facile à protéger qu'un nom descriptif ou trop similaire à d'autres. Par exemple :

- ✓ Zynthello (*inventé, et probablement peu similaire à d'autres*);
- ✗ Great AI (*trop descriptif*).

## COMBIEN CELA COÛTE-T-IL ?

Pour préparer et déposer une demande pour 1 marque de commerce, dans 1 pays, pour 1 classe de produit/service, cela coûte environ 2000 à 2500 dollars canadiens, frais d'agent inclus, plus taxes. Comparez cela au coût de ne pas protéger votre marque et vous verrez pourquoi, à poids égal, c'est l'un des **meilleurs investissements** que votre entreprise puisse faire.

## POUR COMMENCER

Un accompagnement d'expert est essentiel. Contactez un agent de marque de commerce enregistré pour discuter de votre situation.

Au Canada, visitez : <https://ipic.ca/fr/trouver-un-agent>.

## MESSAGE CLÉ

Votre nom est votre identité, et la façon dont les clients vous reconnaissent. Cela en fait votre propriété intellectuelle la plus critique. Protégez-la.

# Étape 2. Possédez votre PI.

## POURQUOI ?

La valeur de votre entreprise est étroitement liée à la PI qu'elle possède. Pensez-y comme à de l'**équité** dans votre entreprise : *ce que vous possédez par rapport à ce que possèdent les autres*.

Posséder la PI vous accorde l'autonomie de l'utiliser comme bon vous semble, sans avoir besoin de permissions externes, de redevances ou de frais de licence.

## COMMENT FONCTIONNE LA POSSESSION DE LA PI ?

La PI est initialement possédée par son créateur. Pour transférer la propriété, un **contrat écrit** est nécessaire entre le créateur et le propriétaire désiré. Par exemple, les accords d'emploi incluent généralement un transfert de propriété de la PI de l'employé à l'employeur.

## Le saviez-vous ?

- La possession de la PI ne suit pas l'argent ! Un simple paiement pour la PI ne suffit pas à conférer la propriété.
- Un contrat écrit de transfert de propriété est requis.

## QUELLE PI POSSÉDER ?

Vous n'avez pas besoin de posséder toute la PI utilisée par votre entreprise, mais il est crucial de posséder la PI qui définit votre différenciation sur le marché. Les investisseurs et les acquéreurs potentiels examineront la propriété de votre PI, car cela impacte la valeur de votre entreprise (*pensez à l'équité*).

## POUR COMMENCER

Consultez un avocat pour examiner vos contrats et établir clairement la propriété de votre PI essentielle. Ne cédez pas à la tentation de vous appuyer sur des modèles standards qui pourraient ne pas convenir à votre situation spécifique. Cela est crucial pour les contrats avec cofondateurs, employés, consultants, fournisseurs, collaborateurs et clients.

## MESSAGE CLÉ

Vous avez de la PI... assurez-vous de la posséder réellement.

**« Détenir de la PI aide à créer de la valeur pour les entreprises en IA. »**



# Étape 3. Identifiez et protégez vos secrets

## POURQUOI ?

Protéger les secrets est essentiel pour sauvegarder la PI critique qui vous différencie de vos concurrents. Cependant, cette stratégie ne fonctionne que si vous protégez de manière activement vos informations secrètes. De nombreuses entreprises en IA ne déterminent jamais quelles informations elles devraient garder secrètes, croyant à tort que la simple signature d'accords de non-divulgence les protégera automatiquement.

Malheureusement, les garanties *légal*es comme les accords de non-divulgence **fournissent une protection faible**, ce qui *rend les mesures pratiques* comme le principe du **besoin de savoir** essentielles pour limiter les divulgations inutiles et assurer une protection efficace des informations secrètes. *Rien de mieux pour protéger un secret que de le garder secret!*

## QUE FAIRE

Le silence n'est pas une option lors des interactions avec les clients, les fournisseurs, les investisseurs et autres. Il est primordial de communiquer avec aisance tout en protégeant les informations confidentielles - c'est une question d'équilibre subtil.

Voici quelques stratégies pour naviguer efficacement dans les conversations tout en protégeant les informations sensibles :

- Élaborer un plan d'action pour discuter des sujets sensibles sans divulguer de secrets.
- Se concentrer sur la résolution des problèmes du client, en mettant l'accent sur les résultats et les avantages (qui sont de toute façon alignés sur leurs intérêts!).
- Mettre l'accent sur ce **que** vous livrerez ou résoudrez, au lieu des détails techniques sur la **façon** dont vous le ferez.
- Rester au niveau global et éviter de plonger dans des détails techniques inutiles pour expliquer (ou impressionner).

Étonnamment, la plupart des litiges concernant l'abus de secrets surviennent en réalité entre des parties qui se faisaient initialement confiance, comme les clients, les fournisseurs, les collaborateurs ou les anciens employés - même lorsque des accords de non-divulgence étaient en place. Cela souligne l'importance d'appliquer le principe du besoin de savoir *même avec des parties de confiance, et même lorsque des accords de non-divulgence sont en place.*

Cela ne signifie pas qu'il faut éviter les accords de non-divulgence. Ils restent essentiels pour couvrir les informations secrètes que vous devez divulguer. Cependant, que ce soit dans le cadre d'un accord de non-divulgence ou lorsque celui-ci n'est pas possible, la préparation suivante vous aidera à gérer les conversations concernant la technologie de votre produit.

## Secrets commerciaux ? Informations confidentielles ? Informations propriétaires ?

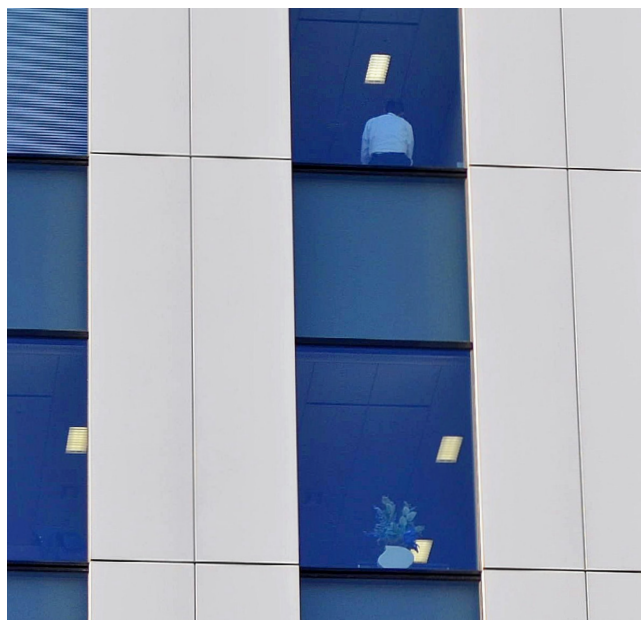
- Ces différents termes juridiques désignent essentiellement des informations que quelqu'un souhaite protéger contre une utilisation et une divulgation non autorisées.
- Pour les affaires de tous les jours, la différence légale entre ces termes n'est pas cruciale. En les simplifiant sous le terme « secrets », on clarifie leur sens et leur objectif.

« Beaucoup d'entreprises en IA croient à tort que signer des NDA suffit pour protéger leurs informations confidentielles. »



- Limiter la portée de la discussion à ce qui est nécessaire pour la prise de décision.
- Ne pas hésiter à « mettre sous clé » certains sujets ou parties de votre produit.
- Partager des cas d'utilisation et des succès pour mettre en valeur la valeur sans entrer dans les détails de **fonctionnement** de votre produit.
- Utiliser des descriptions génériques ou des analogies pour décrire le fonctionnement de votre produit (qui sont de toute façon plus faciles à comprendre).
- Être transparent et respectueux sur ce qui peut être partagé et ce qui est interdit.
- Être prudent mais pas craintif. Évaluer la valeur de la divulgation par rapport à celle de la non-divulgation, et se mettre au défi de trouver d'autres moyens de transmettre vos points de vue. Si vous n'êtes pas sûr de comment répondre à une question délicate, prendre la responsabilité de revenir avec une réponse ultérieurement.

**« Protéger les données en IA implique les mêmes techniques que la protection des secrets. »**



## Le saviez-vous ?

- Le vol et les cyberattaques ne sont pas la principale cause de la perte de secrets !
- En réalité, la plupart des secrets sont perdus en raison de **divulgations inutiles** et d'une **gestion négligente**.

## POUR COMMENCER

Pour protéger vos secrets, collaborez avec votre équipe à l'avance pour déterminer ce que vous devez garder secret et comment le protéger au mieux. Par exemple :

- Ce qui vous distingue, vous procure un avantage ou nécessite une protection ?
- De qui devrait-il être protégé ?
- Certains aspects peuvent-ils être divulgués sans compromettre les détails sensibles ?
- Comment aborder des sujets délicats tout en protégeant les secrets ?
- Comment s'assurer que les secrets ne sont pas inclus dans des publications ou des rapports ?

Élaborez un plan d'action pour communiquer avec les clients, les collaborateurs et les investisseurs, sans divulguer les détails cruciaux.

## MESSAGE CLÉ

Protéger les secrets peut être puissant... mais seulement si vous les protégez réellement !

## Une note sur les données

### Comment sauvegarder vos données

Les brevets et les droits d'auteur ne peuvent pas protéger les données. Protéger les données propriétaires implique les mêmes techniques que la protection des secrets :

- divulguer strictement les données propriétaires sur une base de **besoin de savoir** seulement,
- mettre en place des **contrôles physiques** tels que le chiffrement et les contrôles d'accès, et
- veiller à ce que des **contrats** soient en place avec toute personne recevant ou utilisant des données propriétaires, exigeant la confidentialité et limitant l'utilisation.

Les collaborations avec les clients, les fournisseurs ou les partenaires peuvent conduire à de nouvelles données ou à des données dérivées et à d'autres produits de données. Vos contrats devraient clairement définir les droits de propriété sur ces données et indiquer les utilisations permises ou interdites par chaque partie.

### Les données d'entraînement: Utilisation autorisée ?

Le dicton « La possession vaut titre » ne s'applique pas toujours aux données d'entraînement.

Comprendre l'**origine** de vos données d'entraînement et les **droits ou autorisations** qui y sont associés au moment de l'acquisition est crucial, car cela influence directement votre capacité à utiliser les données pour l'entraînement de modèles ou dans la génération augmentée par récupération (RAG). Voici quatre considérations clés :

- **Droits d'auteur**: bien que les données numériques ne soient généralement pas couvertes par le droit d'auteur, les données d'image, de vidéo et de son sont protégées. Utiliser du matériel protégé par le droit d'auteur sans autorisation adéquate pour l'entraînement de modèles ou la RAG peut constituer une violation du droit d'auteur.
- **Scraping de sites Web**: les sites Web ont des conditions d'utilisation légalement contraignantes qui peuvent interdire le grattage de données, en particulier si les contrôles d'accès ont été contournés. Les données extraites contenant des informations personnelles/de santé ou du matériel protégé par le droit d'auteur présentent des considérations supplémentaires.
- **Informations personnelles et de santé**: même si un consentement a été obtenu pour l'utilisation de ces données à des fins non liées à l'IA, assurez-vous que ce consentement autoriserait l'entraînement de modèles IA ou la RAG. Pour une nouvelle collecte de données, assurez-vous que les consentements englobent ces utilisations potentielles.
- **Internet des objets (IoT) et autres données propriétaires**: les données provenant de machines, de capteurs ou de systèmes tiers peuvent nécessiter l'autorisation ou la licence du propriétaire des données pour une utilisation en IA.

Bien que l'utilisation non autorisée des données puisse passer inaperçue pour l'utilisateur moyen, elle peut sérieusement compromettre la crédibilité de votre entreprise, impactant les évaluations lors des négociations de financement ou de sortie. L'origine et les droits liés aux données d'entraînement sont examinés lors des due diligences, pouvant affecter la valeur de la transaction. Consulter des experts juridiques sur cette question importante garantit que votre entreprise est construite sur des bases solides.

# Étape 4. Gérez les obligations du code source ouvert

## POURQUOI ?

Le développement de l'IA repose largement sur le code ouvert, les modèles et parfois les données. *Mais ce n'est pas simplement du matériel gratuit.* Ces ressources comportent également des responsabilités légales qui demandent votre attention.

Qui le remarquera si vous négligez cela ? Les investisseurs et les acquéreurs le demanderont lors de la diligence préalable à la transaction. Cela pourrait même affecter la valeur de la transaction. L'attention que vous portez à cela est également un signe de maturité pour votre entreprise.

## COMMENT CELA FONCTIONNE-T-IL ?

La plupart des ressources ouvertes (par exemple, le code, les modèles, les données) sont toujours protégées par le droit d'auteur, les brevets et/ou d'autres mesures de protection. Votre autorisation à les utiliser est **conditionnée** à certaines restrictions ou conditions de licence.

## QUELLES SONT LES OBLIGATIONS LÉGALES ?

Certaines licences de code source ouvert exigent également la publication de votre code (appelées licences « copyleft »), tandis que d'autres ne nécessitent que l'attribution (connues sous le nom de licences « permissives »). Certaines licences peuvent comporter des restrictions liées à l'utilisation, telles que limitées à la recherche seulement ou interdisant certains cas d'utilisation.

Assurez-vous que les obligations légales du code source ouvert que vous souhaitez utiliser sont alignées avec votre produit ou stratégie commerciale avant de décider de l'utiliser.

## Le saviez-vous ?

→ Que vous cliquiez sur « *J'accepte* » lors de la connexion ou de l'inscription, ou que les obligations du code source ouvert soient incluses dans une licence accompagnant le code ou le modèle dans le référentiel, ces obligations sont légalement contraignantes et vous devez les prendre au sérieux.

**« L'attention qu'une entreprise en IA porte à la gestion du code ouvert est également un signe de sa maturité. »**

## POUR COMMENCER

Suivez ce plan pour gérer efficacement vos obligations envers le code source ouvert :

- **Examinez** les termes juridiques et les licences des modèles, des bases de code et des données que vous utilisez actuellement. Obtenez un avis juridique si nécessaire. Il est important de bien faire les choses à ce sujet.
- **Identifiez** toutes les obligations qui entrent en conflit avec votre produit ou stratégie commerciale, telles que l'obligation de publier votre code propriétaire ou les restrictions sur les cas d'utilisation souhaités.
- **Effectuez** les changements nécessaires pour remplacer les ressources problématiques par des alternatives mieux adaptées à votre stratégie.

→ **À l'avenir, évaluez** les obligations légales des nouveaux modèles, des nouvelles bases de code ou des nouvelles données **avant** de les adopter, afin de maintenir une cohérence avec votre produit ou stratégie commerciale.

→ **Gardez** une trace des ressources ouvertes que vous utilisez, de leur origine et des obligations qui y sont associées.

## MESSAGE CLÉ

Certains disent que « *le code source ouvert est gratuit, comme un chiot est gratuit* » : il existe néanmoins d'importantes obligations et responsabilités à gérer !

# Étape 5. Vous familiarisez avec le paysage des brevets.

## POURQUOI ?

Vous ne pouvez pas ignorer les brevets d'autres personnes, même si vous décidez de ne pas déposer les vôtres. Être conscient des brevets pertinents pour votre entreprise est crucial pour comprendre le terrain de jeu, notamment pour :

- Identifier les brevets que votre produit doit éviter ;
- Obtenir un aperçu de l'activité des autres dans le domaine ;
- Identifier des partenaires potentiels de collaboration ;
- Renforcer la confiance des investisseurs dans votre connaissance du marché, votre réflexion stratégique et votre approche de gestion des risques ;
- Évaluer si le dépôt de brevet est conforme à votre stratégie ; et
- Déterminer les types de brevets qui pourraient convenir à votre stratégie.

Comprendre votre environnement en matière de brevets est tout simplement logique. Bien que certains prestataires de services en propriété intellectuelle puissent proposer des analyses détaillées du paysage des brevets, celles-ci peuvent être trop générales et manquer des informations ciblées dont vous avez besoin. Effectuer votre propre recherche par mots-clés, notamment en la précisant avec des informations sur vos concurrents connus, peut-être une première étape précieuse pour obtenir un aperçu de votre paysage des brevets.

## COMMENT FONCTIONNENT LES BREVETS ?

Les brevets et demandes de brevet contiennent une description complète de l'invention, y compris des figures. Cela vous permet de recueillir des renseignements concurrentiels précieux à partir des brevets des autres.

Cependant, il est important de noter que la portée juridique du brevet est **définie par les revendications**, et non par la description et les figures. Les revendications sont un ensemble de paragraphes numérotés situés à la fin du document de brevet.

## LE CYCLE DE VIE D'UN BREVET

Les demandes de brevet sont initialement gardées secrètes et ne sont publiées que 18 mois après la date de dépôt. Cela signifie qu'il est impossible de découvrir les brevets récemment déposés jusqu'à leur publication - la recherche de brevets est toujours intrinsèquement en retard de 18 mois. Cependant, étant donné que de nouveaux brevets sont constamment déposés et finalement publiés, il est important de **mettre régulièrement à jour** vos recherches.

Les sites de recherche contiennent des demandes de brevet publiées et des brevets accordés. Les deux peuvent sembler similaires, la seule différence étant dans les revendications (l'examineur de brevets demande souvent à ce que la portée des revendications soit réduite pendant le processus d'examen). Lisez attentivement le rapport de recherche pour savoir lequel est lequel.

Les demandes de brevet ne sont pas effectives tant qu'elles ne sont pas accordées par le bureau des brevets. Les brevets accordés sont valables jusqu'à 20 ans après la date de dépôt du brevet.

## Le saviez-vous ?

- Vous pouvez considérer les **revendications** de brevet comme une **recette** pour l'invention brevetée.
- Le contrefaçon de brevet se produit lorsque quelqu'un utilise **tous** les éléments d'au moins une revendication de brevet sans permission, similaire à suivre une recette.

## POUR COMMENCER

Des outils de recherche en ligne gratuits vous aident à découvrir les brevets dans votre domaine. Un outil fortement recommandé est **Espacenet** (<https://worldwide.espacenet.com/>).

Si vous avez des questions sur les brevets trouvés dans votre recherche, consultez un agent de brevets agréé. Au Canada, visitez : <https://ipic.ca/fr/trouver-un-agent>.

Bien que Google propose un outil de recherche de brevets utile, si Google est ou pourrait devenir votre concurrent, il est sage d'explorer des alternatives, comme **Espacenet**, qui est exploité par l'Office européen des brevets.

## MESSAGE CLÉ

Vous ne pouvez pas ignorer les brevets d'autres personnes - alors ne le faites pas.

# C. Prochaines étapes : Bâissez sur votre fondation (Étape 6)

Après avoir établi une base solide en matière de PI dans les étapes 1 à 5, vous êtes maintenant prêt à envisager d'ajouter plus de sophistication, si cela semble approprié pour votre entreprise. Rappelez-vous la sagesse de « Marcher avant de courir » : commencer avec une base solide assurera un support solide pour vos initiatives ultérieures en matière de PI.

Considérez les étapes suivantes pour maximiser l'impact commercial de votre PI :

## DÉPOSER DES BREVETS

Beaucoup associent encore les brevets aux batailles juridiques, alors que moins de 1% des brevets se retrouvent devant les tribunaux. Les 99% restants de brevets seraient-ils sans valeur ?

Absolument pas ! Les brevets *bien planifiés* peuvent répondre à des besoins vitaux pour les entreprises en IA, aidant à sécuriser le financement, à attirer des partenariats ou des acquisitions, et à améliorer leur image publique et leur réputation technologique.

Alors que des secteurs comme la technologie matérielle ou la pharmacie trouvent le dépôt de brevets simple - couvrant les produits physiques qu'ils lancent sur le marché - les réalités de l'IA demandent une planification plus minutieuse et une approche nuancée. **Dans le domaine de l'IA, les raisons derrière la recherche d'un brevet influencent grandement ce qui est nécessaire dans le brevet pour atteindre ces objectifs.** Un brevet « bien planifié » est simplement celui qui est soutenu par une stratégie soigneusement élaborée. À venir : **Notre guide pratique sur les brevets en intelligence artificielle.**

## Comment documenter la stratégie de PI ?

- Il n'y a pas de formule magique, mais il est crucial de documenter votre stratégie pour :
- Révision, évaluation et amélioration régulières ;
  - Discussion avec votre conseiller en PI ;
  - Communication aux employés ; et
  - Communication de haut niveau aux investisseurs.

Mais ce n'est pas simplement pour l'affichage ; c'est un document dynamique, tout comme vos autres plans d'affaires. Plus vous l'intégrez à vos plans d'affaires réguliers, plus la réflexion en PI devient ancrée dans votre entreprise.

## PUBLIEZ VOTRE PROPRE CODE SOURCE OUVERT

La publication de code source ouvert dépasse l'altruisme ; c'est un mouvement stratégique qui exploite la PI pour des gains commerciaux. Il existe de nombreuses stratégies efficaces pour stimuler l'adoption, la traction et l'engagement communautaire grâce au code source ouvert. De plus, le code source ouvert peut servir d'outil de marketing et de branding, mettant en valeur votre expertise et votre innovation tout en attirant des talents. Il peut également aider à différencier vos offres sur un marché concurrentiel.

## ÉLARGISSEZ VOTRE STRATÉGIE DE MARQUE

Élargir votre stratégie de marque pour inclure des noms de marque supplémentaires, des logos et des familles de marques peut considérablement amplifier votre influence sur le marché. Pensez à l'impact de la marque **ChatGPT** de OpenAI dans le contexte de l'essor des grands modèles de langage (LLM). Malgré les progrès technologiques de l'IA, les décisions de ses utilisateurs humains sont encore fortement influencées par des stratégies de marque efficaces. À mesure que votre entreprise se développe, veillez à ce que votre stratégie de PI évolue pour englober votre technologie et votre approche du branding.

## RECHERCHEZ DES CONSEILS PROFESSIONNELS

Même si vous êtes enclin à gérer les choses vous-même, un accompagnement professionnel en PI est essentiel à des moments clés de votre parcours en PI. Cherchez des recommandations auprès de vos collègues fondateurs, pairs et collègues pour trouver un professionnel de la PI qui a de l'expérience avec les startups/PME et qui correspond à votre technologie et à votre approche commerciale. De nombreux professionnels offrent une consultation initiale brève et gratuite qui peut vous aider à évaluer leur adéquation. Cependant, gardez à l'esprit qu'un accompagnement efficace en PI nécessite une compréhension plus approfondie de votre technologie et de votre stratégie commerciale, plus que ce qui peut être obtenu lors d'une brève réunion initiale. *Si quelque chose est gratuit, n'oubliez pas le principe selon lequel on obtient toujours ce pour quoi on a payé.*

En parlant de concurrents, le choix de la licence pour votre code source ouvert peut également être très stratégique, maximisant les avantages pour les utilisateurs tout en limitant les avantages que votre code source ouvert offre aux concurrents. Pour les entreprises en IA, la publication de code source ouvert est devenue un outil de PI puissant disponible dans leur boîte à outils stratégique pour soutenir des modèles commerciaux spécifiques.



**« Même si vous préférez tout gérer vous-même, l'expertise en PI est essentielle à des moments clés de votre parcours en PI. »**

Un soutien financier pour le développement de votre stratégie de PI est accessible via des programmes gouvernementaux comme le programme d' Assistance PI du PARI du Conseil national de recherches du Canada (<https://nrc.canada.ca/fr/soutien-linnovation-technologique/soutien-pari-cnrc-propriete-intellectuelle>), Élever la PI (<https://ised-isde.canada.ca/site/eleverpi/fr>) et PI Ontario (<https://www.ip-ontario.ca/francais/services>), ainsi que par le biais d'accélérateurs, d'incubateurs et d'organisations comme Scale AI dans le cadre de nos projets en IA soutenus.

## POTENTIEL ILLIMITÉ

Une fois que vous avez établi une stratégie de base solide, le ciel est la limite pour votre réflexion en PI. Cependant, il est crucial de reconnaître qu'une stratégie de PI n'est pas une chose isolée; c'est un composant essentiel de votre stratégie commerciale globale. Une croissance soutenue nécessite d'exercer régulièrement votre cerveau en PI et vos muscles en PI.

## C'EST LE MOMENT DE COMMENCER!

On pense souvent que la gestion appropriée de la PI est coûteuse et compliquée. Cependant, commencer par les étapes 1 à 5 de ce guide peut coûter aussi peu que 5000 \$ canadiens (certaines étapes sont gratuites!), rendant le démarrage encore plus accessible que vous ne le pensiez. Ce guide simplifie également le processus pour éliminer les derniers obstacles à votre démarrage.

Maintenant que vous comprenez les coûts et savez par où commencer, il n'y a pas de raison d'hésiter. Lancez votre stratégie de PI dès aujourd'hui.  
*Vous en êtes capable!*



À propos de l'auteur:

Todd Bailey, le vice-président de la propriété intellectuelle et des affaires juridiques de Scale AI, met à profit une vaste expertise en affaires, en droit et en ingénierie pour aider les PME canadiennes à adopter une approche pratique de la « réflexion en PI » dans le domaine de l'intelligence artificielle, encourageant les dirigeants à intégrer de manière transparente les stratégies de PI dans leurs plans d'affaires quotidiens et à long terme.

Vous pouvez partager librement, sous réserve de la licence Creative Commons Attribution: Pas d'Utilisation Commerciale 4.0 (BY-NC).

## Contactez-nous ↓

Pour toute question liée à la  
soumission de projets  
ou à la Propriété intellectuelle:  
[info@scaleai.ca](mailto:info@scaleai.ca)

**SCALE|AI**

