

inpi

CHARTES IDENTITAIRES
& GRAPHIQUES

Ce document présente l'INPI et ses marques filles à travers leurs chartes identitaires & graphiques. Vous êtes collaborateur INPI, agence, prestataire ou partenaire amené à produire un support de communication ou un objet porteur de l'identité. Voici toutes les clés pour une bonne utilisation, dans l'esprit de la marque INPI.

N'hésitez pas à consulter également le livre de marque INPI ainsi que la plateforme collaborative «Ensemble, cultivons l'innovation»:

Bonne lecture.

01_ **LA MARQUE** **INPI**

- > LE LOGOTYPE
- > LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES
- > LA TYPOGRAPHIE
- > LES PICTOS
- > L'UNIVERS CRÉATIF
- > L'IDENTITÉ SONORE

02_ **L'ARCHITECTURE** **DE MARQUE INPI**

- > LES 3 DOMAINES
- > LA CONSTRUCTION DES MARQUES
- > LE LABEL MARQUES
- > LE LABEL BREVETS
- > LE LABEL DESSINS & MODÈLES
- > LE LABEL INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES
- > L'ENVELOPPE SOLEAU
- > LE REGISTRE DES SOCIÉTÉS
- > LES TALENTS INPI
- > LES TROPHÉES INPI
- > LES TRÉSORS INPI
- > COACHING INPI
- > CAMPUS INPI
- > DATA INPI

03_ **CHARTES** **D'UTILISATION**

- > LA PAPETERIE
- > L'ÉDITION
- > LA BUREAUTIQUE
- > LA VIDÉO
- > LA SIGNALÉTIQUE

01_ LA MARQUE INPI



Ici viendra un texte d'introduction et de présentation de la marque INPI.

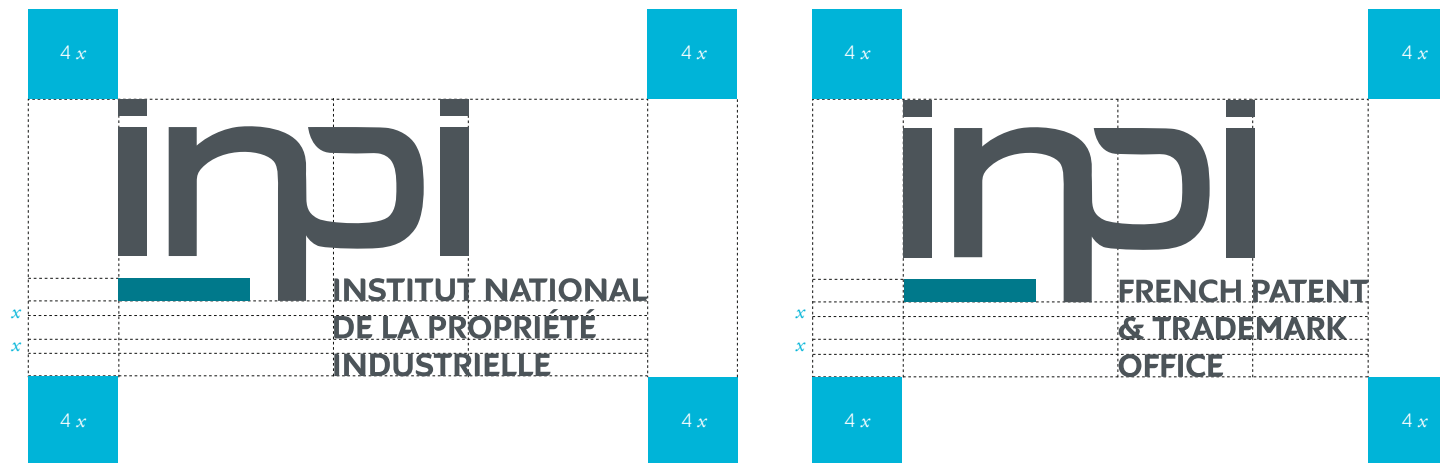
01_ LA MARQUE INPI

LE LOGOTYPE

L'acronyme de l'INPI ne vit que rarement déployé en France, hors documents officiels et administratifs.

En revanche, le bloc marque est géré en version déployée hors de France, afin de permettre de bien identifier l'identité et la mission régaliennne de l'INPI.

Dans sa version de base, le logotype de l'INPI est composé de deux couleurs. C'est la marque mère, la marque caution.



Quadri
C15 / N80

Ton direct
Pantone 432 C

Display
R76 / V84 / B89



Quadri
C100 / J30 / N30

Ton direct
Pantone 3145 C

Display
R0 / V121 / B140

HAUTEUR MINIMUM AUTORISÉE 4 mm

01_ LA MARQUE INPI

LE LOGOTYPE

L'acronyme de l'INPI ne vit que rarement déployé en France, hors documents officiels et administratifs.

En revanche, le bloc marque est géré en version déployée hors de France, afin de permettre de bien identifier l'identité et la mission régaliennne de l'INPI.

Dans sa version de base, le logotype de l'INPI est composé de deux couleurs. C'est la marque mère, la marque caution.

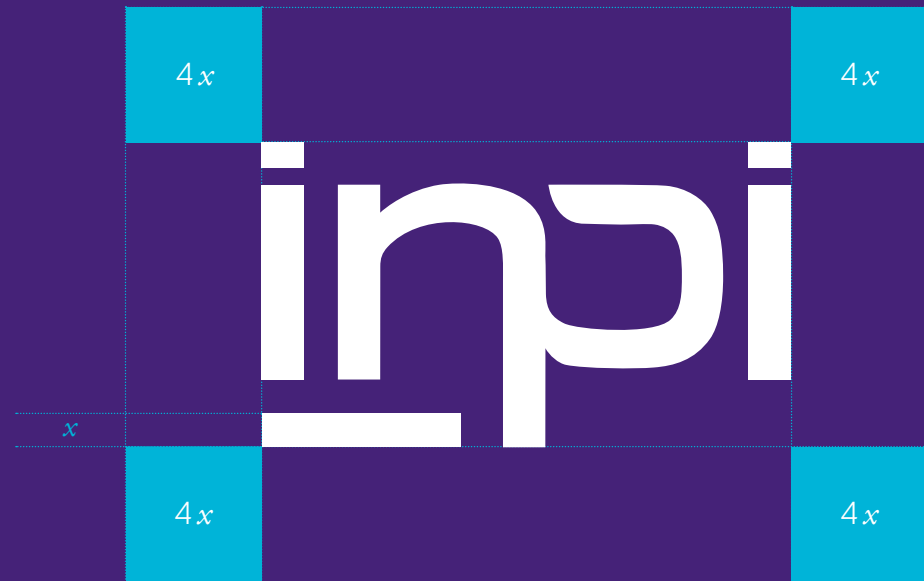


LA ZONE DE PROTECTION

La zone de protection du logotype INPI assure sa bonne lisibilité. Il est donc important de la respecter.

Cette zone est définie par la hauteur du filet du logotype appelée x ci-contre.

L'espace de protection est égal à quatre fois cette hauteur.



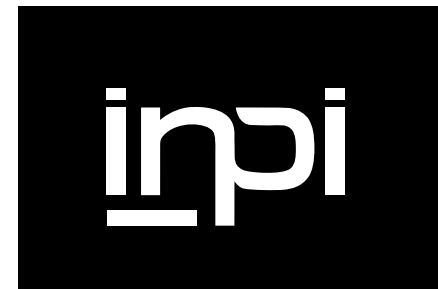
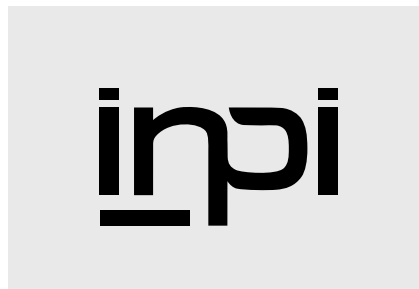
LES VERSIONS MONOCHROMES

À L'image de l'innovation, l'identité INPI a vocation à s'adapter à son environnement.

Le logotype peut donc se décliner dans toutes les couleurs existantes, selon le contexte dans lequel il apparaît.

Il convient de s'assurer de la lisibilité et de l'élégance du contraste entre les couleurs du logotype et du fond.

Enfin, il existe évidemment deux versions noire et blanche du logotype.



LES INTERDITS



Le logo de l'INPI est le premier repère visuel de la marque. Son intégrité doit être respectée. Il est interdit de l'étirer, de le condenser ou de le déformer.

Les illustrations ci-contre décrivent certaines, mais pas la totalité, des utilisations inappropriées du logo.



MODIFIER SON ASPECT

Il est interdit de déplacer le filet ou toute autre partie du logo, ainsi que de changer les proportions des éléments entre eux.



ÉTIRER OU CONDENSER

Il est interdit de changer la taille du logotype autrement qu'en homothétie. Il ne peut être ni écrasé ni élargi.



APPLIQUER DES EFFETS

Il est interdit de mettre une ombre portée au logo.



CHANGER SON ORIENTATION

Il est interdit de modifier l'orientation du logo en communication institutionnelle.



INTÉGRER UNE IMAGE

Il est interdit d'utiliser une image ou une trame dans le logo.



SUPPRIMER UN ÉLÉMENT

Il est interdit de tronquer le logo ou d'en masquer une partie.



INTÉGRER UNE FORME

Il est interdit d'ajouter une forme pour englober le logo, qu'elle soit ronde ou autre, et qu'elle soit pleine ou en filet.



CRÉER UNE COMBINAISON

Il est interdit d'adopter une couleur différente entre la marque et le filet. Seul le logo corporate et les marques filles présentent un filet différent.

LA VERSION LA MAISON DES INNOVATEURS

Le logo INPI peut vivre seul ou accompagné de la baseline «La Maison des Innovateurs». Cette dernière version sera à privilégier dans le cadre d'opérations de communication en France.



inpi
LA MAISON
DES INNOVATEURS

inpi
LA MAISON
DES INNOVATEURS

inpi
LA MAISON
DES INNOVATEURS

01_ LA MARQUE INPI LA TYPOGRAPHIE

Dessinée par Serge Cortesi, typographe et calligraphe reconnu, la typographie INPI est à l'image de l'institut : créative et innovante, moderne et intemporelle, experte et relationnelle. Des tracés qui évoquent la créativité au cœur du métier de l'INPI : marques, brevets et design sont avant tout des traits de caractère, des empreintes identitaires fortes.

Cette typographie est née en décembre 2014. Elle n'est donc pas présente sur l'intégralité des éléments de communication présentés dans cette charte, certains lui étant antérieurs. La Gotham, la Neutraface et la Helvetica étaient les polices de caractères précédemment retenues. Aujourd'hui, seule la police INPI doit être utilisée sur l'ensemble des supports (+ ses déclinaisons en display de manière exceptionnelle).

INPI Thin + *Thin Italic*

INPI THIN CORPS 7

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI THIN CORPS 9

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI THIN ITALIC CORPS 7

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI THIN ITALIC CORPS 9

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI Regular + *Italic*

INPI REGULAR CORPS 7

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI REGULAR CORPS 9

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI ITALIC CORPS 7

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI ITALIC CORPS 9

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI Light + *Light Italic*

INPI LIGHT CORPS 7

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI LIGHT CORPS 9

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI LIGHT ITALIC CORPS 7

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI LIGHT ITALIC CORPS 9

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI Bold + *Bold Italic*

INPI BOLD CORPS 7

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI BOLD CORPS 9

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

INPI BOLD ITALIC CORPS 7

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

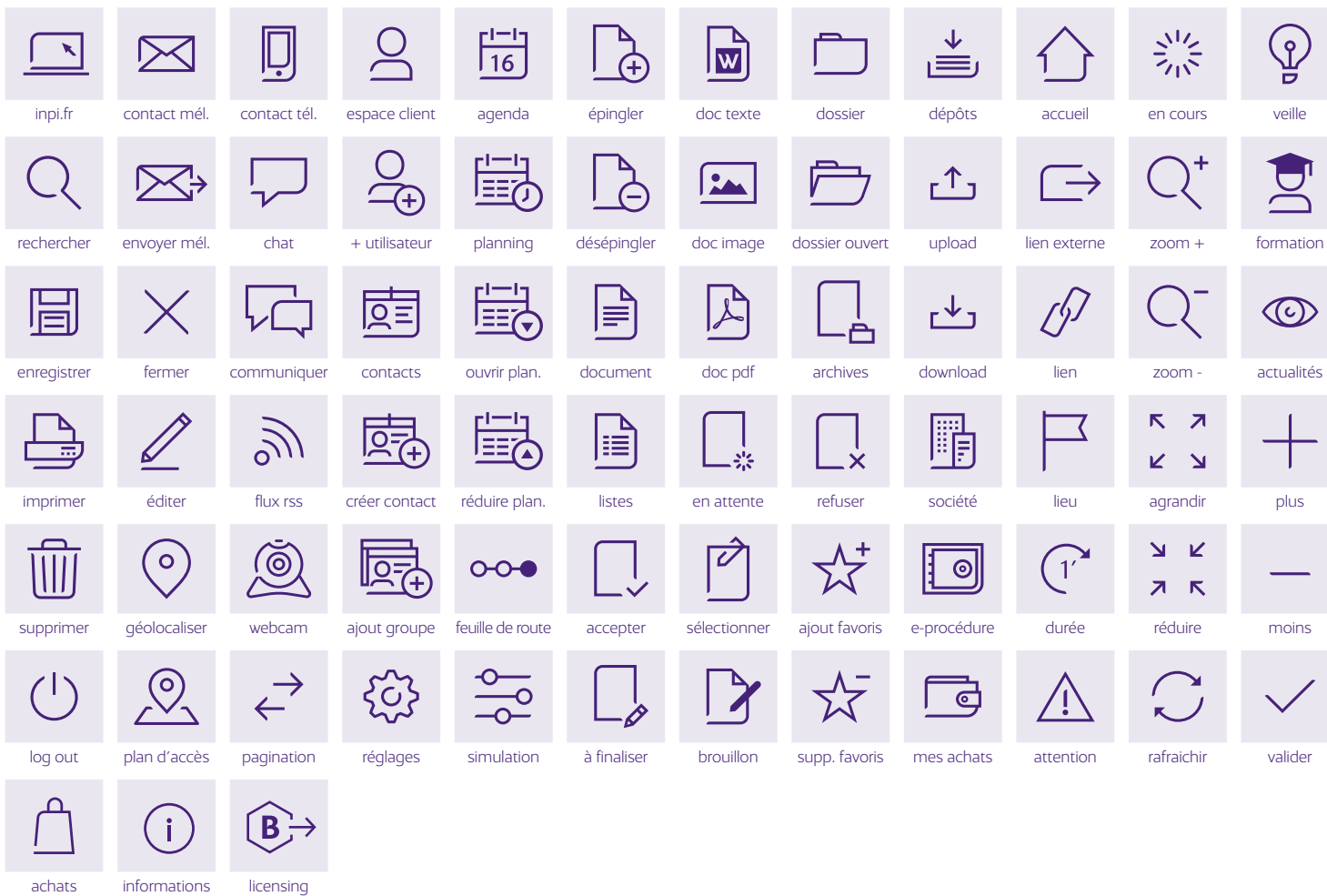
INPI BOLD ITALIC CORPS 9

Alice was very glad to find her in such a pleasant temper, and thought to herself that perhaps...

« Si j'avais
DEMANDÉ AUX GENS
ce qu'ils voulaient,
ils m'auraient répondu
DES CHEVAUX
+ RAPIDES »

HENRY FORD

Pour assurer une continuité de l'identité visuelle de l'INPI, une gamme de pictogrammes a été spécialement conçue en reprenant les spécificités graphiques de la typo INPI. Ces pictogrammes sont déclinés en version web et édition. Une partie de la version édition est présentée ci-contre.





L'univers de la marque se doit d'être le reflet de la personnalité multidimensionnelle de la marque INPI et de ses marques filles.

Il n'y a donc volontairement pas une charte et un univers unique qui ne rendrait pas hommage à toutes les formes de créativité de l'innovation mais des univers par marque fille avec des enjeux, publics, attendus très spécifiques.

Toutefois, des marqueurs identitaires sont transverses à la galaxie de l'INPI (marque mère et marques filles).



QUELQUES EXEMPLES

Identité
corporate
2015



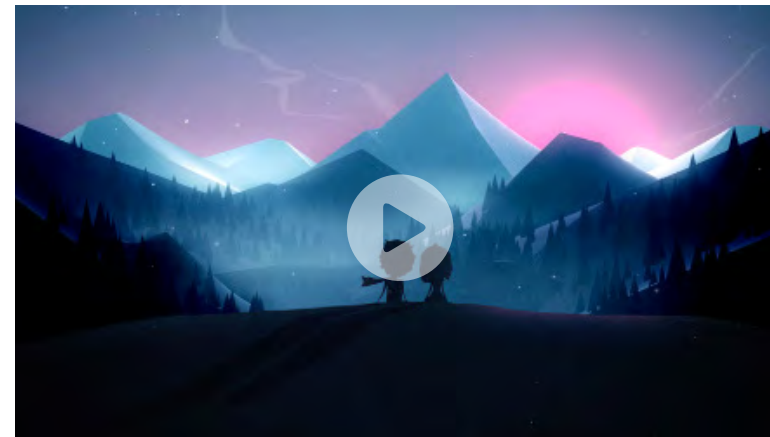
RAPPORT
ANNUEL
2016



AFFICHE EXPOSITION



LIVRE
DE MARQUE



FILM VŒUX 2015



VIVATECH 2017



DOSSIER DE PRESSE, LES 25 INNOVATIONS
2016

01_

LA MARQUE INPI

L'IDENTITÉ SONORE

METTRE EN MUSIQUE L'INNOVATION

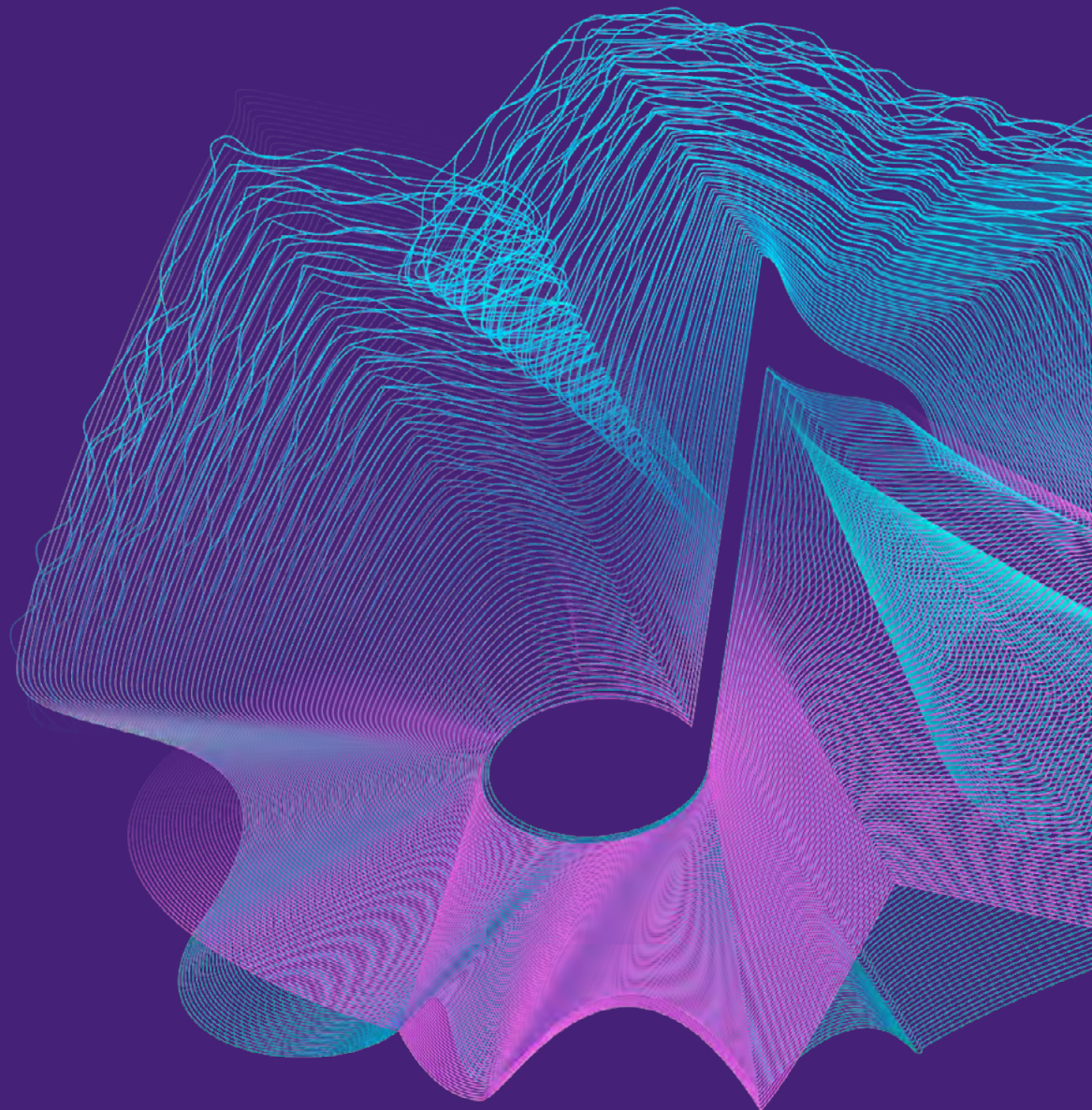
Révéler musicalement le cheminement de l'innovation, de l'éclosion d'une idée à sa concrétisation sous forme d'innovation, tel était l'enjeu de la création de la nouvelle identité sonore pour l'INPI en 2014.

En mélangeant percussions et sonorités mécaniques, l'identité sonore traduit toute la magie de la traversée d'une idée dans les rouages du cerveau jusqu'à sa transformation via un process industriel. Cette création musicale invite chacun à innover, à manifester son potentiel, à rentrer dans une dynamique créatrice et vertueuse.

USAGES & DÉCLINAISONS DE L'IDENTITÉ SONORE INPI :


- Identité sonore version 30 secondes
- Identité sonore version packshot 4/5 secondes.
- Création de 5 sonneries de portable pour les collaborateurs : Corporate / Electro / Futuriste / Onirique / Premium
- Serveurs téléphoniques de l'institut
- Première utilisation lors de l'événement annuel des Trophées INPI du 2 décembre 2014, avec une version personnalisée pour chacune des 4 catégories.
- Film Vœux 2015 : l'INPI a invité chacun à se laisser porter par son imagination. L'habillage musical renforcé sur sa dimension féérique servait l'ode à la création du message « En 2015, réinventez-vous ».

L'INPI a renouvelé sa collaboration avec l'agence de design sonore Sixième Son qui avait créé la première identité sonore de l'institut en 1999.



02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI





En se revendiquant Maison des Innovateurs, l'INPI affirme sa vocation de garantir, accélérer et révéler l'innovation des entreprises pour la transformer en valeur. Chacun de ces trois domaines essentiels se décline en différents types d'actions précis. Pour mieux les faire comprendre et les illustrer, l'INPI a créé un ensemble de 12 marques fortes et cohérentes.

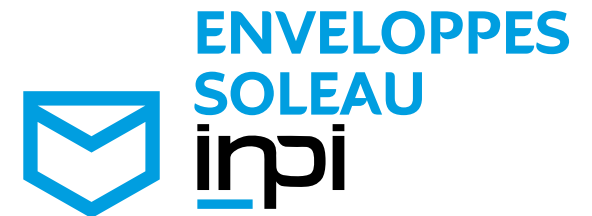
1 PROTECTION

L'INPI est garante du capital immatériel des innovateurs. La propriété intellectuelle protège et récompense l'effort des innovateurs en leur donnant un monopole d'exploitation pour une période déterminée.

Elle leur permet ainsi de diffuser leurs créations dans la société tout en les faisant fructifier.

BREVETS, MARQUES, MODÈLES, ENVELOPPES SOLEAU, REGISTRE DES SOCIÉTÉS, INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES :

L'INPI crée une nomenclature exclusive des différents outils de protection qu'il propose, « labels » nationaux de ralliement et de fierté.



2 ACCOMPAGNEMENT

L'INPI intensifie son soutien aux innovateurs, à tous les stades de leur projet d'innovation et agit ainsi comme accélérateur de business.

CAMPUS INPI forme les innovateurs de demain pour les encourager et les préparer aux enjeux d'un projet bien transformé.

COACHING INPI est un accompagnement personnalisé pour aider les créateurs à mieux transformer leur potentiel ou leurs innovations, et les rendre pleinement acteurs de leur stratégie d'innovation.

DATA INPI propose des services à forte valeur ajoutée, source d'intelligence économique. Ouvertes, libres, transformables par tous, ces données permettent également d'imaginer de nouvelles créations et d'ouvrir de nouveaux marchés.



3 RECONNAISSANCE

Prometteuse, exemplaire, inspirante...
l'innovation à la française est multiple.
L'institut a pour mission d'en être le
révélateur.

Une richesse reconnue à travers les Talents,
Trophées et Trésors INPI.

Plus que des récompenses, de véritables
incitations à oser transformer ses projets
en succès.

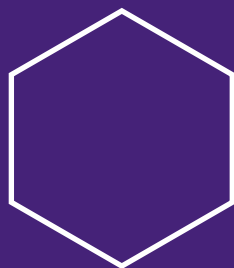
TALENTS INPI est une reconnaissance
de ceux qui ont su transformer le potentiel
de leurs idées en réussites.

TROPHÉES INPI récompense chaque
année les entreprises aux stratégies
d'innovation exemplaires, moteurs d'une
culture collective.

TRÉSORS INPI consacre les inventeurs
qui ont fait de l'esprit créatif français une
richesse patrimoniale inestimable et
inspirante.



LA CONSTRUCTION DES MARQUES



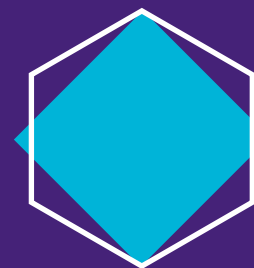
L'HEXAGONE

Forme géométrique qui symbolise la France, l'hexagone est la base de construction des différentes marques et services de l'INPI.



LA SIMPLICITÉ

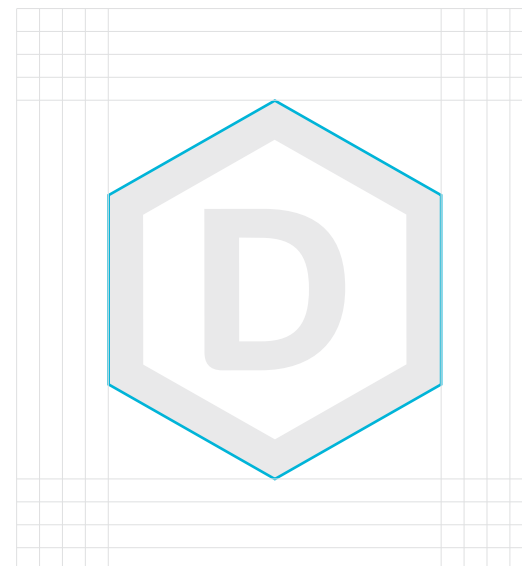
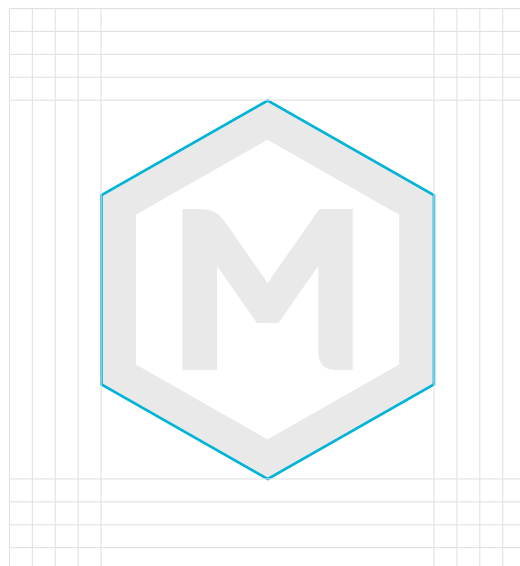
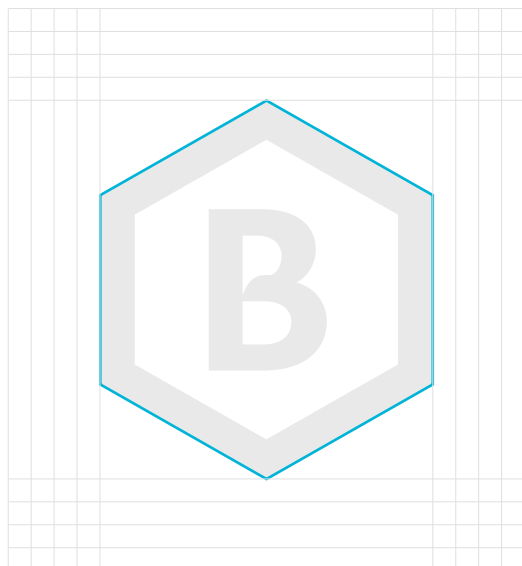
Le traitement en aplat, l'utilisation de formes simples et radicales pour un traitement graphique pérenne qui vive autant avec de la photo que de l'illustration.



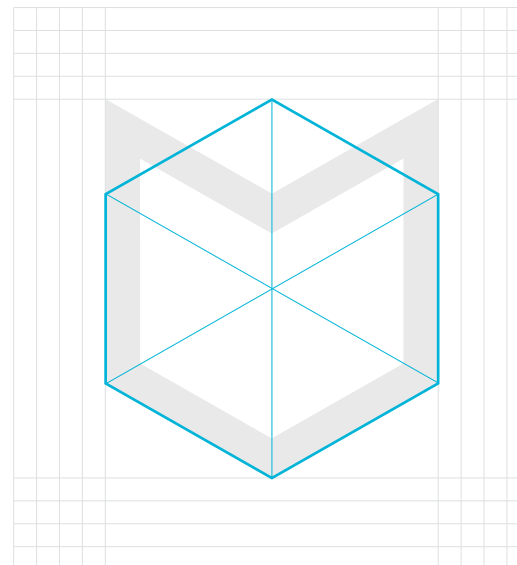
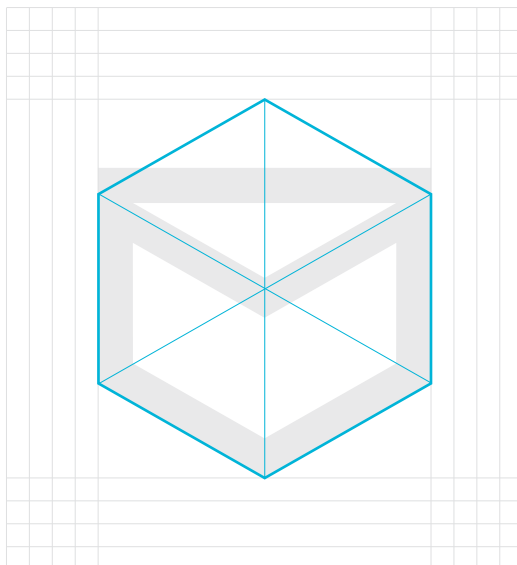
L'ASSOCIATION

Chaque signe est le fruit de l'association visuelle entre l'hexagone et un voire plusieurs symboles simples et identifiables : cocarde, pépite, éolienne, histogramme, toque d'étudiant, etc.

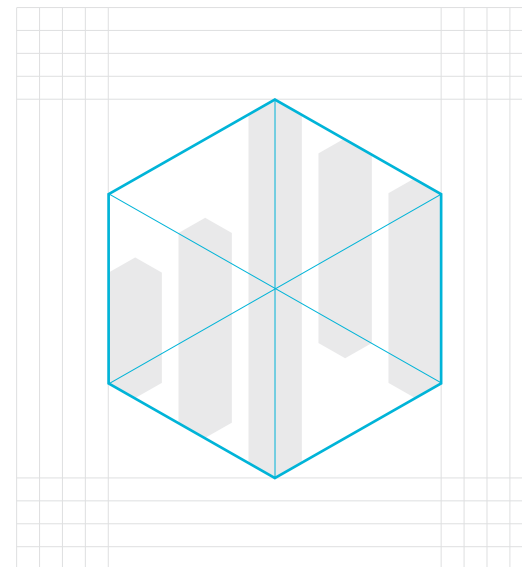
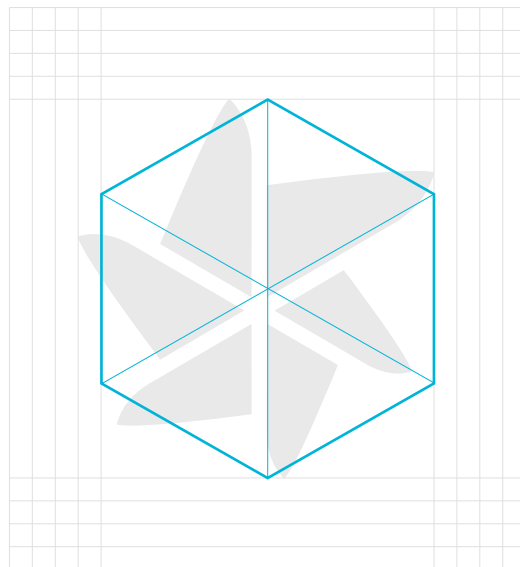
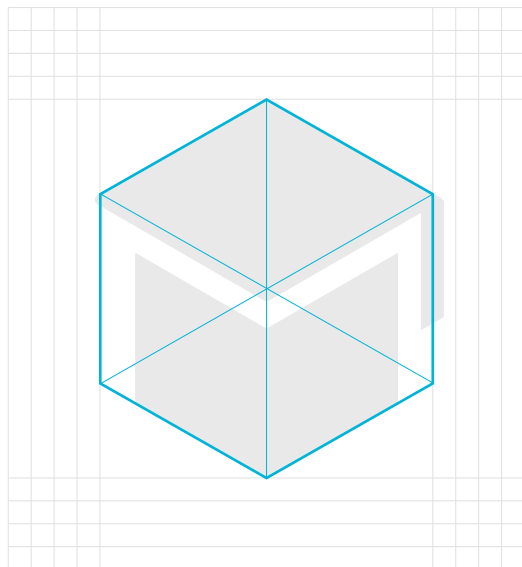
LES LABELS DE PROTECTION



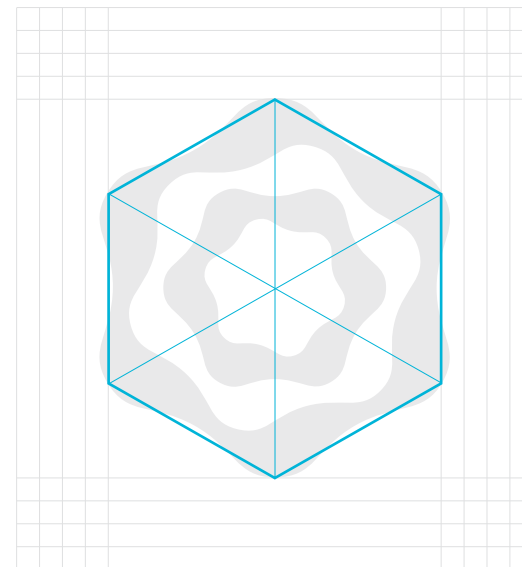
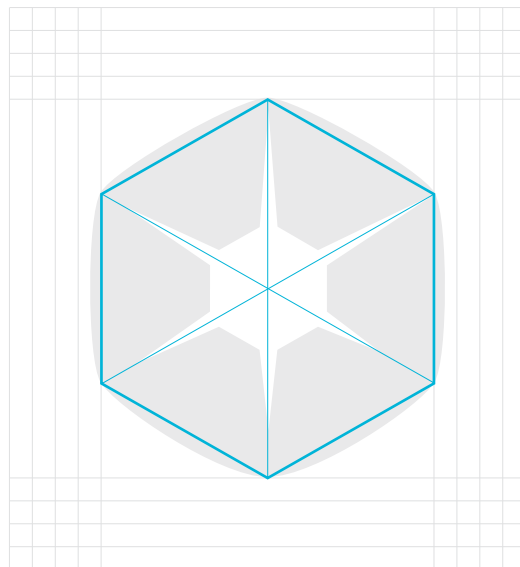
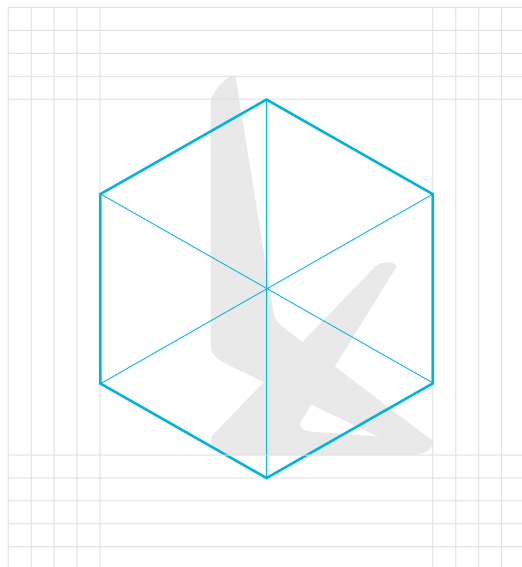
LES LABELS DE PROTECTION



LES SIGNES D'ACCOMPAGNEMENT



LES SIGNES DE RECONNAISSANCE

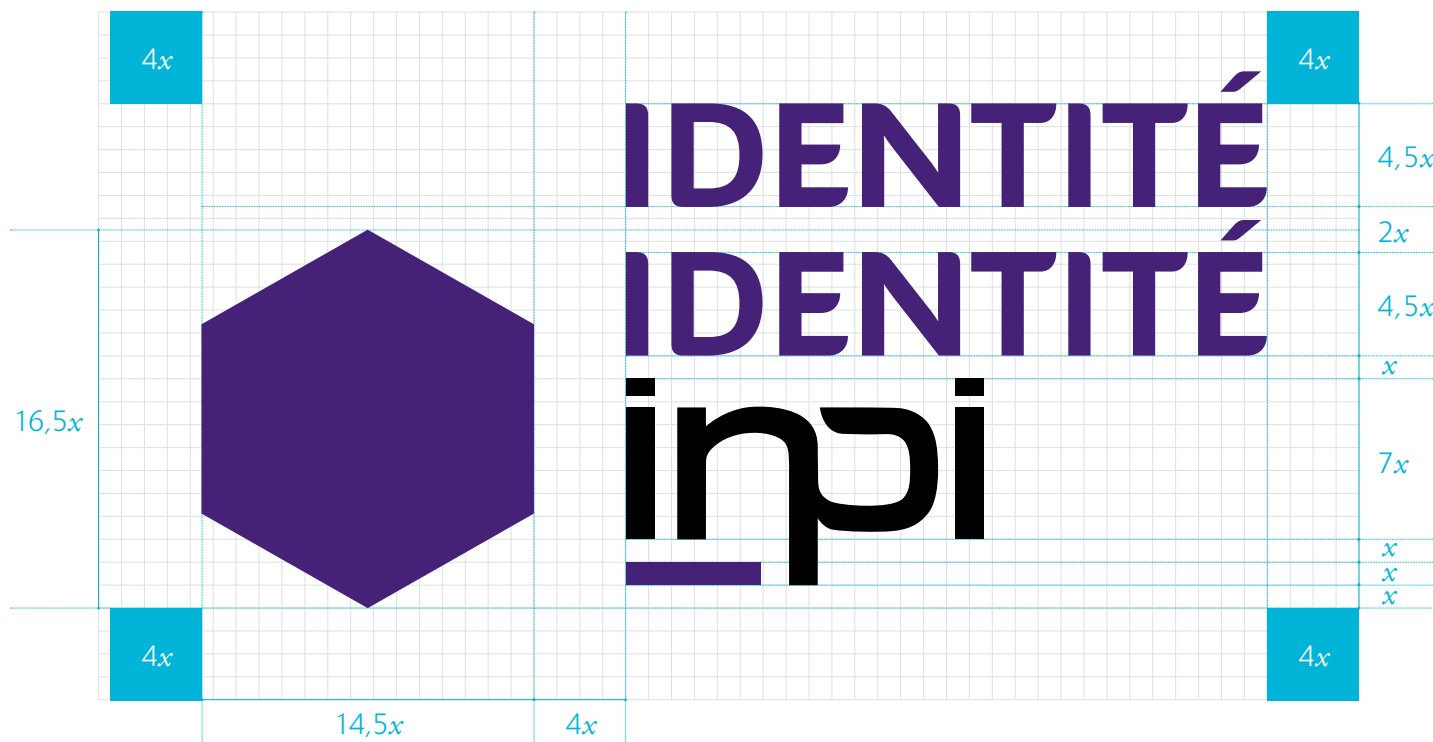


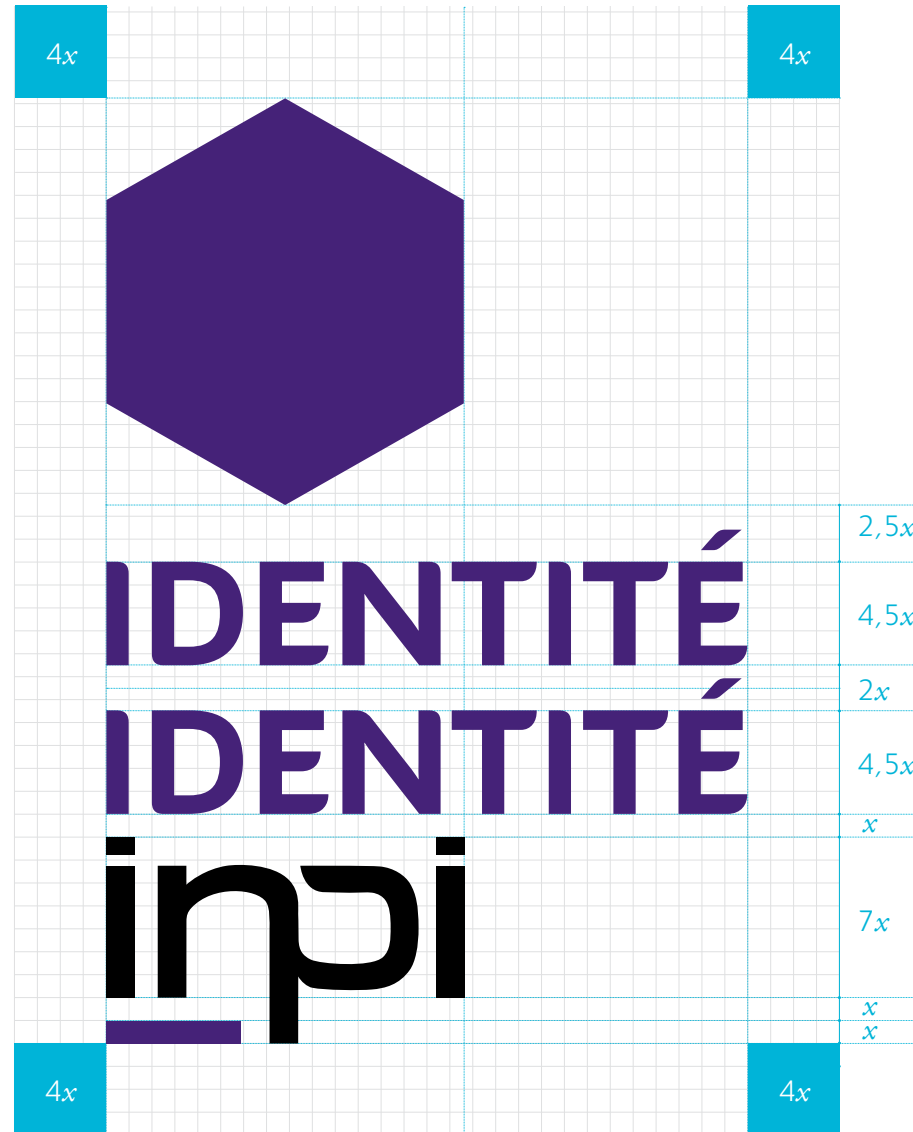
02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LA CONSTRUCTION DES MARQUES

VERSIONS HORIZONTALES

Les identités des marques filles
sont toutes construites selon les
mêmes principes.
L'élément fondateur du système
de construction la hauteur du filet
du logotype appelée x ci-contre.

L'espace de protection est égal
à quatre fois cette hauteur.





LES INTERDITS DES MARQUES

Contrairement au logotype INPI, les couleurs des logos des marques filles et des labels INPI ne peuvent être modifiées. Elles ne peuvent être utilisées que dans leurs versions décrites dans les pages suivantes :

Couleur de référence + INPI Noir
Couleur de référence + INPI Blanc
Monochrome Noir
Monochrome Blanc

L'intégrité des identités doit être respectée. Il est interdit de les étirer, les condenser ou de les déformer.

Les illustrations ci-contre décrivent certaines, mais pas la totalité, des utilisations inappropriées des identités des marques et labels INPI.

IDENTITÉ
inpi



Il est interdit de déplacer le filet ou toute autre partie du logo, ainsi que de changer les proportions des éléments entre eux

IDENTITÉ
inpi



APPLIQUER DES EFFETS
Il est interdit de mettre une ombre portée au logo.

IDENTITÉ
inpi



PERMUTER LES COULEURS
Il est interdit de permuter les couleurs du logo corporate.

IDENTITÉ
inpi



INTÉGRER UNE IMAGE
Il est interdit d'utiliser une image ou une trame dans le logo.

IDENTITÉ



SUPPRIMER UN ÉLÉMENT
Il est interdit de tronquer le logo ou d'en masquer une partie.

LA NOMENCLATURE INPI

VALORISER LA CRÉATIVITÉ EXEMPLAIRE
MADE IN FRANCE





Quadri

M100 / J90 / N5

Ton direct

Pantone XXXX

Display

R186 / V0 / B41



Quadri

C40 / M30 / J30 / N100

Ton direct

Pantone Pro Black

Display

RO / VO / BO



MARQUES
inpi

02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LE LABEL MARQUES

Variations possibles
du Label Marques INPI.



02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LE LABEL MARQUES

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
HORIZONTALE 8 mm



HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
VERTICALE 17 mm



Les sigles des labels
et des marques filles
peuvent être utilisés
de manière indépendante :

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE DU SIGLE SEUL 5 mm





Quadri

M55 / J100

Ton direct

Pantone 151 C

Display

R216 / V137 / B27



Quadri

C40 / M30 / J30 / N100

Ton direct

Pantone Pro Black

Display

RO / VO / BO



BREVETS
inpi

02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LE LABEL BREVETS

Variations possibles
du Label Brevets INPI.



02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LE LABEL BREVETS

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
HORIZONTALE 8 mm



HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
VERTICALE 17 mm



Les sigles des labels
et des marques filles
peuvent être utilisés
de manière indépendante :

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE DU SIGLE SEUL 5 mm





Quadri

C35 / J100

Ton direct

Pantone 382 C

Display

R193 / V204 / B38



Quadri

C40 / M30 / J30 / N100

Ton direct

Pantone Pro Black

Display

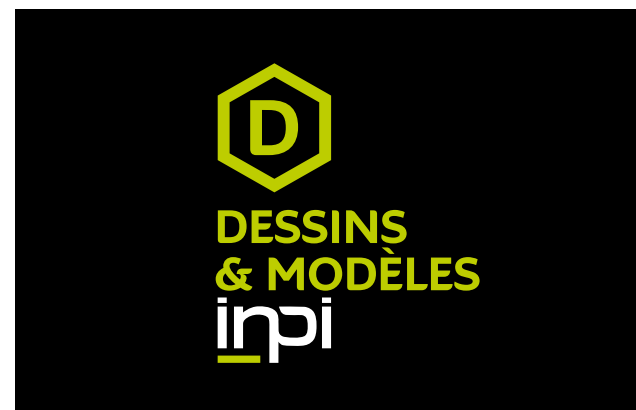
RO / VO / BO



DESSINS
& MODÈLES
inpi

02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LE LABEL DESSINS & MODÈLES

Variations possibles
du Label Dessins & Modèles INPI.



02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LE LABEL DESSINS & MODÈLES

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
HORIZONTALE 10,5 mm



HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
VERTICALE 20 mm



Les sigles des labels
et des marques filles
peuvent être utilisés
de manière indépendante :

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE DU SIGLE SEUL 5 mm



LE LABEL INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

Le logo du label IG est une création du Studio de Conception Graphique du Service de la Communication du Secrétariat Général des Ministères Économiques et Financiers.

Vous pouvez formuler une demande pour obtenir sa charte graphique à :
L-SIRCOM-studiographique@finances.gouv.fr





Quadri

C100

Ton direct

Pantone Process Cyan

Display

RO / V156 / B221



Quadri

C40 / M30 / J30 / N100

Ton direct

Pantone Pro Black

Display

RO / VO / BO



ENVELOPPES
SOLEAU
inpi

02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LES ENVELOPPES SOLEAU

Variations possibles
du Label Enveloppes Soleau INPI.



02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LES ENVELOPPES SOLEAU

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
HORIZONTALE 10,5 mm

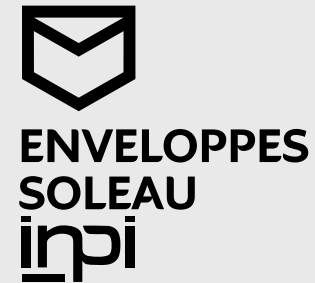
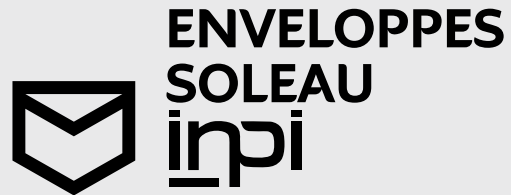


HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
VERTICALE 18,5 mm



Les sigles des labels
et des marques filles
peuvent être utilisés
de manière indépendante :

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE DU SIGLE SEUL 4 mm



LE COACHING INPI

ACCOMPAGNER LA MONTÉE EN PUISSANCE
DES ENTREPRISES



COACHING inpi



Quadri
C50 / M21 / J80
Ton direct
Pantone 576 C
Display
R154 / V166 / B86



Quadri
C40 / M30 / J30 / N100
Ton direct
Pantone Pro Black
Display
R0 / V0 / B0



Texte de présentation en quelques lignes à venir

02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI COACHING INPI

Variations possibles
de l'identité Coaching INPI.



02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI COACHING INPI

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
HORIZONTALE 8 mm



HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
VERTICALE 17 mm



Les sigles des labels
et des marques filles
peuvent être utilisés
de manière indépendante :

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE DU SIGLE SEUL 5 mm



QUEL TERRITOIRE D'EXPRESSION POUR LE COACHING INPI ?

- Un territoire d'expression expert, pédagogique, concret, qui pose les fondamentaux, illustre la progressivité des 3 offres et pousse à l'action.

- Un territoire visuel design statutaire, didactique, coloré qui valorise la gamme Coaching à travers un traité créatif de collections.







Quadri
M09 / J96
Ton direct
Pantone 108 C
Display
R249 / V222 / B29

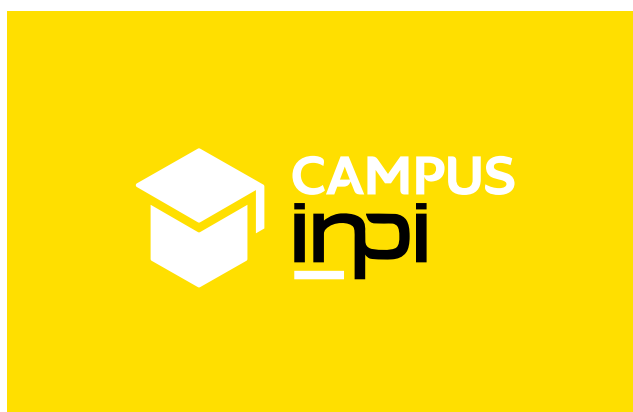


Quadri
C40 / M30 / J30 / N100
Ton direct
Pantone Pro Black
Display
R0 / V0 / B0



Texte de présentation en quelques lignes à venir

Variations possibles
de l'identité Campus INPI.



02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI CAMPUS INPI

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
HORIZONTALE 8 mm



HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
VERTICALE 17 mm



Les sigles des labels
et des marques filles
peuvent être utilisés
de manière indépendante :

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE DU SIGLE SEUL 5 mm







Quadri

C84 / J36

Ton direct

Pantone 3262 C

Display

R73 / V166 / B169



Quadri

C40 / M30 / J30 / N100

Ton direct

Pantone Pro Black

Display

RO / VO / BO



Texte de présentation en quelques lignes à venir

Variations possibles
de l'identité Data INPI.



02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI DATA INPI

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
HORIZONTALE 8 mm



HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
VERTICALE 17 mm



Les sigles des labels
et des marques filles
peuvent être utilisés
de manière indépendante :

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE DU SIGLE SEUL 5 mm





TALENTS
inpi



Quadri

C23 / M9 / J8 / N81

Ton direct

Pantone Cool Gray 6

Display

R176 / V185 / B191



Quadri

C40 / M30 / J30 / N100

Ton direct

Pantone Pro Black

Display

RO / VO / BO



TALENTS
inpi

Texte de présentation en quelques lignes à venir

Variations possibles
de l'identité Talents INPI.



02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LES TALENTS INPI

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
HORIZONTALE 8 mm



HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
VERTICALE 17 mm



Les sigles des labels
et des marques filles
peuvent être utilisés
de manière indépendante :

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE DU SIGLE SEUL 5 mm



QUEL TERRITOIRE D'EXPRESSION POUR LES TALENTS INPI ?

- À voir
- Forme hexagonale à l'image de l'ensemble de l'architecture de marque de l'INPI

Codes esthétisants inspirés du luxe et dans des tonalités colorielles douces avec des dominantes de gris et de blanc dans les fonds. Une trame grise composée des facettes de cette pépite en finalisation vient compléter le code créatif de la marque. Les visuels seront épurés et valorisés comme des bijoux.



 TROPHÉES
inpi





Quadri

C19 / M30 / J75 / N6

Ton direct

Pantone 110 C

Display

R195 / V168 / B87



Quadri

C40 / M30 / J30 / N100

Ton direct

Pantone Pro Black

Display

RO / VO / BO



Texte de présentation en quelques lignes à venir

02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LES TROPHÉES INPI

Variations possibles
de l'identité Trophées INPI.



02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LES TROPHÉES INPI

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
HORIZONTALE 8 mm



HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
VERTICALE 21 mm



Les sigles des labels
et des marques filles
peuvent être utilisés
de manière indépendante :

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE DU SIGLE SEUL 8 mm



MISE À JOUR DU LOGO TROPHÉES

Le logo Trophées INPI est décliné chaque année. Les indications ci-après expliquent comment effectuer les modifications.

L'année est composée en typo INPI Thin avec une approche optique de -20 pt. Sa hauteur est égale à 7x.



QUEL TERRITOIRE D'EXPRESSION POUR LES TROPHÉES INPI ?

- Un territoire d'expression corporate, porteur du credo de la marque, qui incite à une véritable culture de l'innovation, partagée, permanente et durable.
- Un territoire visuel à dominante noir, blanc et or, avec une identité graphique changeant chaque année en fonction des éditions et des concepts.



 **TROPHÉES**
inpi 2013

L'INNOVATION
UN ART très
français



QUEL TERRITOIRE D'EXPRESSION POUR LES TROPHÉES INPI ?

MI AGINATION



02_

L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI

LES TRÉSORS INPI

TRANSFORMER NOTRE PATRIMOINE EN RICHESSE

inpi

CHARTES IDENTITAIRES
& GRAPHIQUES

/ 68



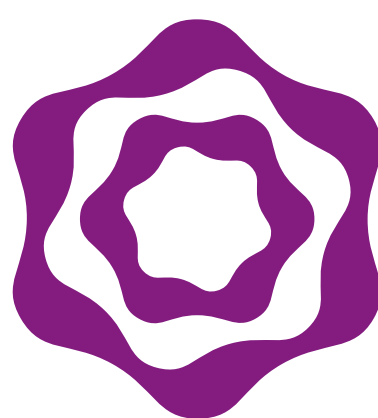
TRÉSORS inpi



Quadri
C58 / M99
Ton direct
Pantone 513 C
Display
R114 / V33 / B124



Quadri
C40 / M30 / J30 / N100
Ton direct
Pantone Pro Black
Display
R0 / V0 / B0

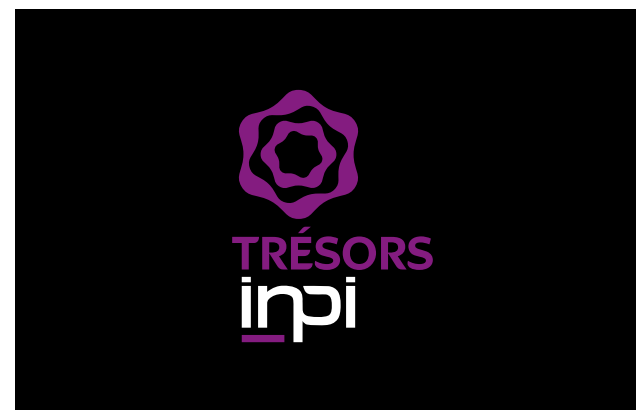


TRÉSORS
inpi

Texte de présentation en quelques lignes à venir

02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LES TRÉSORS INPI

Variations possibles
de l'identité Trésors INPI.



02_ L'ARCHITECTURE DE MARQUE INPI LES TRÉSORS INPI

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
HORIZONTALE 8 mm



HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE EN VERSION
VERTICALE 17 mm



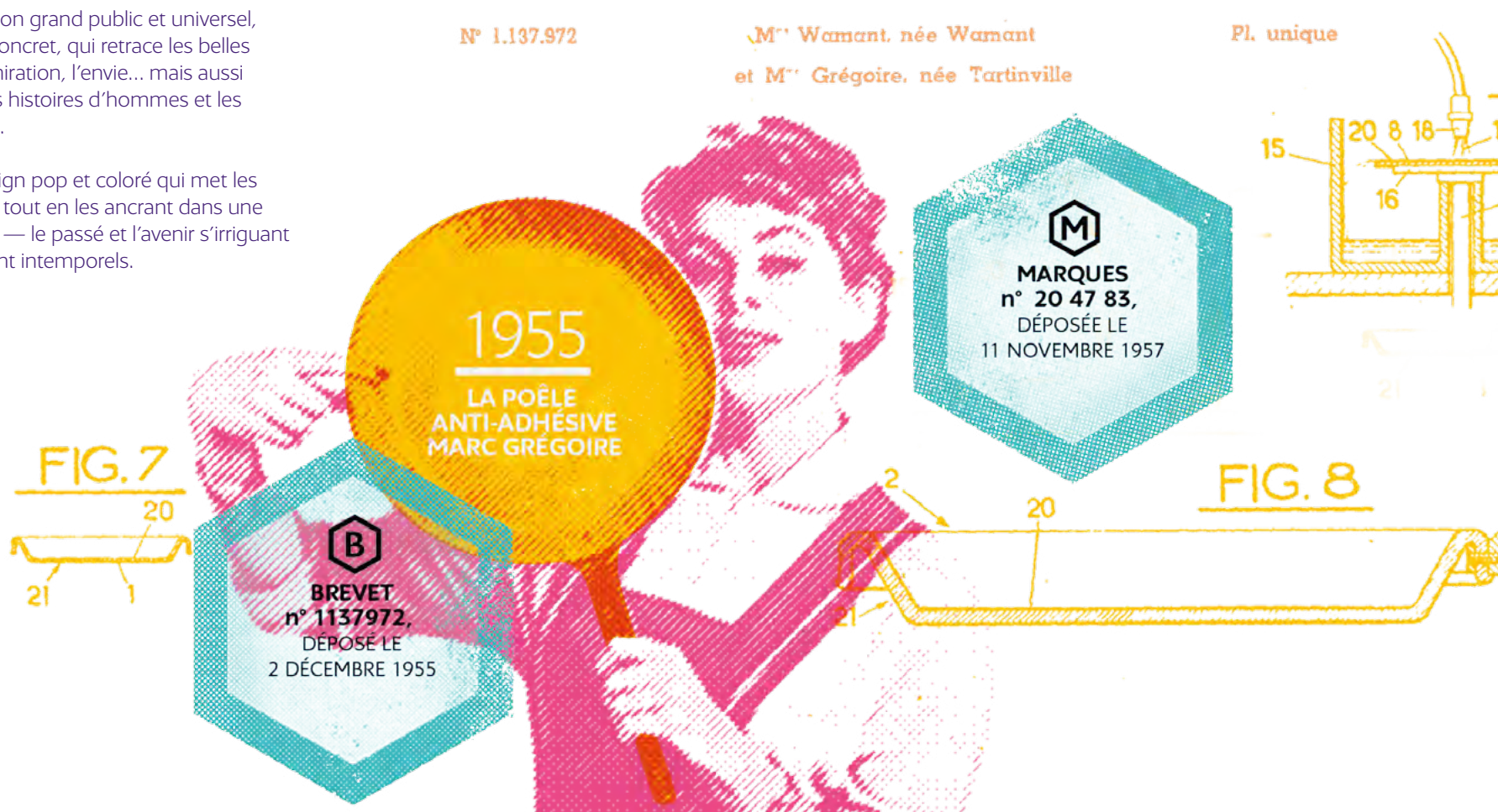
Les sigles des labels
et des marques filles
peuvent être utilisés
de manière indépendante :

HAUTEUR MINIMUM
AUTORISÉE DU SIGLE SEUL 5 mm

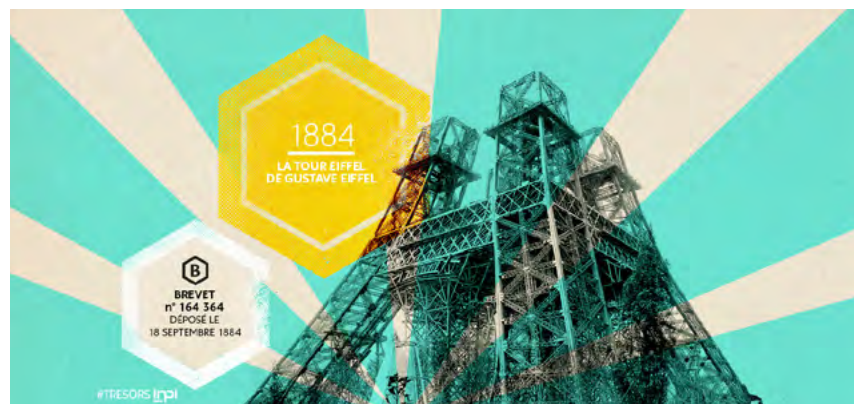


QUEL TERRITOIRE D'EXPRESSION POUR LES TRÉSORS INPI ?

- Un territoire d'expression grand public et universel, émotionnel et affectif, concret, qui retrace les belles histoires et suscite l'admiration, l'envie... mais aussi l'action, en évoquant les histoires d'hommes et les trajectoires de créateurs.
- Un territoire visuel design pop et coloré qui met les Trésors INPI à l'honneur tout en les ancrant dans une époque contemporaine — le passé et l'avenir s'irriguant l'un l'autre —, les rendant intemporels.



QUEL TERRITOIRE D'EXPRESSION POUR LES TRÉSORS INPI ?



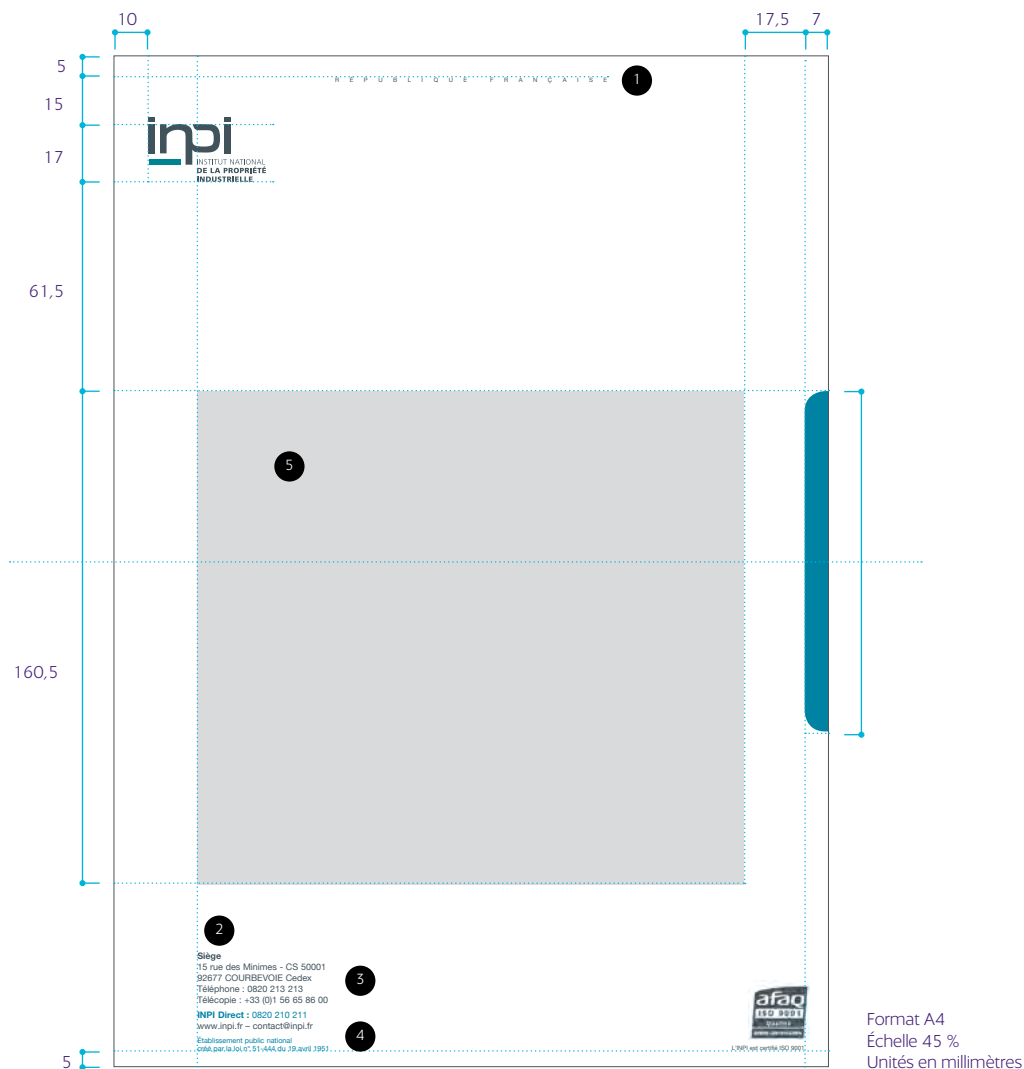
03_ CHARTES D'UTILISATION LA PAPETERIE



03_ CHARTES D'UTILISATION LA PAPETERIE TÊTE DE LETTRE NEUTRE



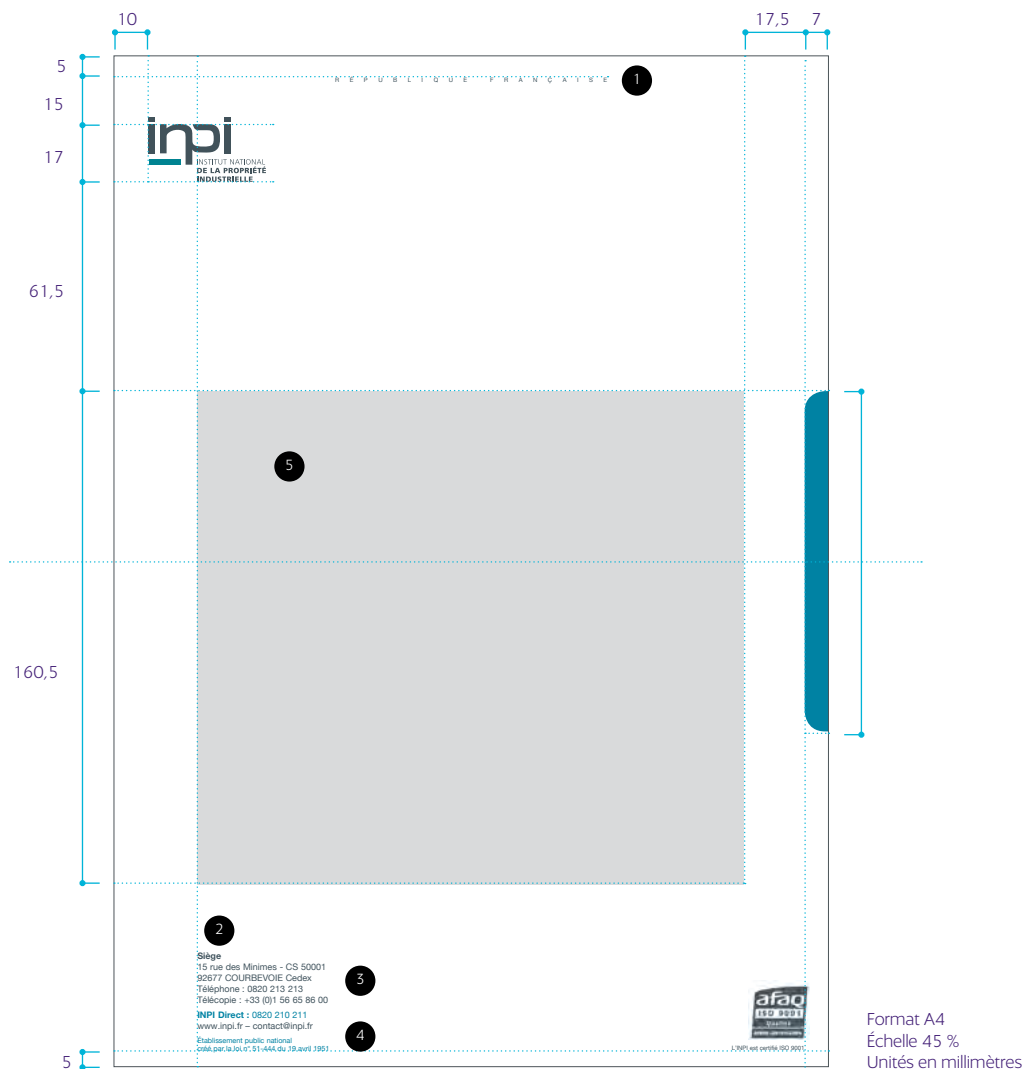
FICHIERS SOURCES ?



03_ CHARTES D'UTILISATION LA PAPETERIE TÊTE DE LETTRE SIÈGE



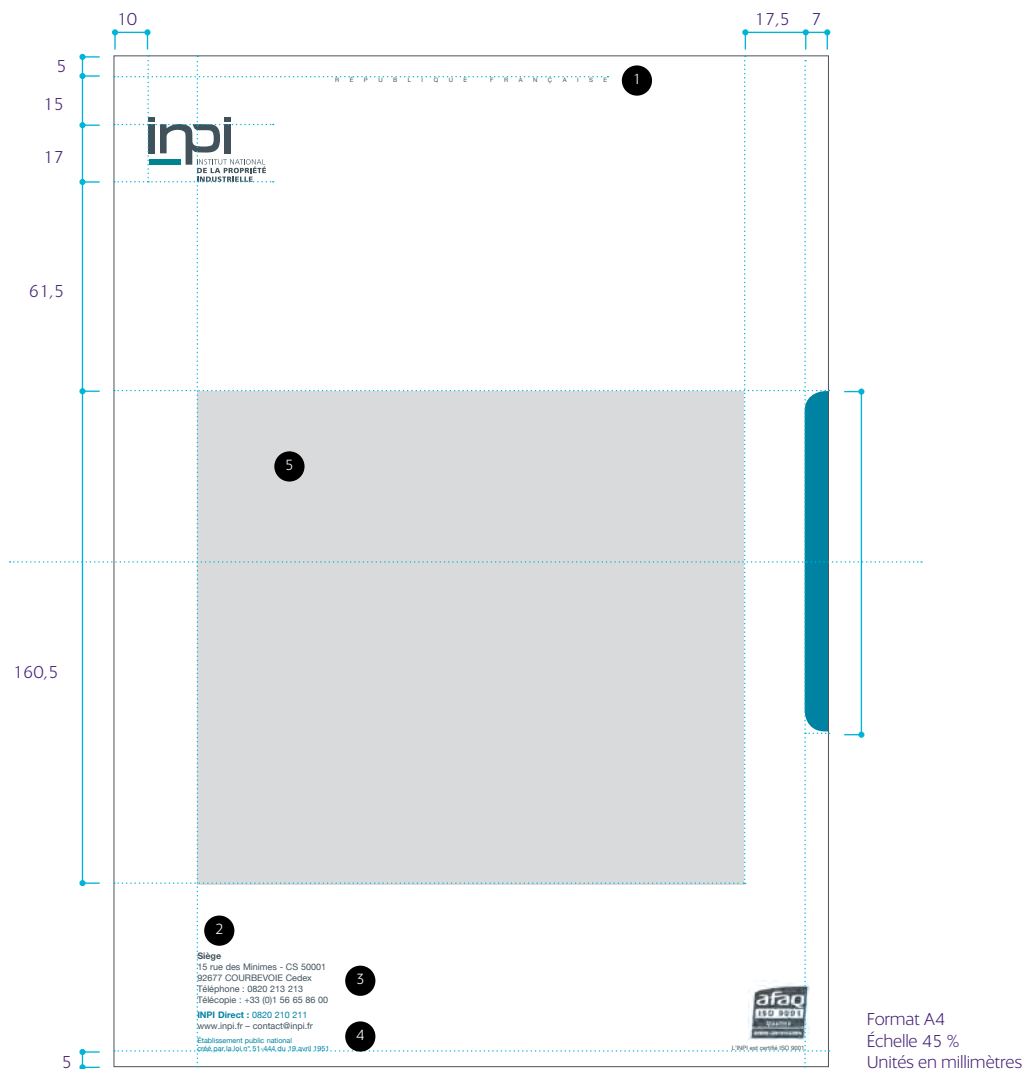
FICHIERS SOURCES ?



03_ CHARTES D'UTILISATION LA PAPETERIE TÊTE DE LETTRE DÉLÉGATIONS

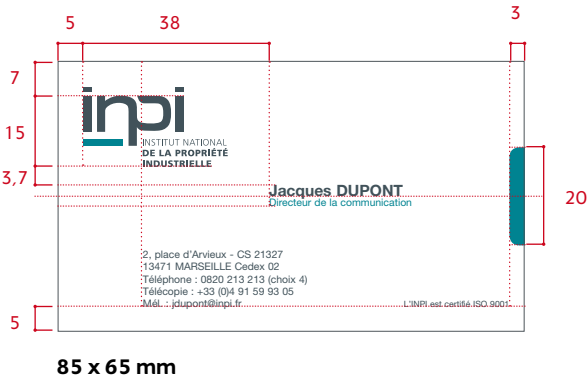


FICHIERS SOURCES ?

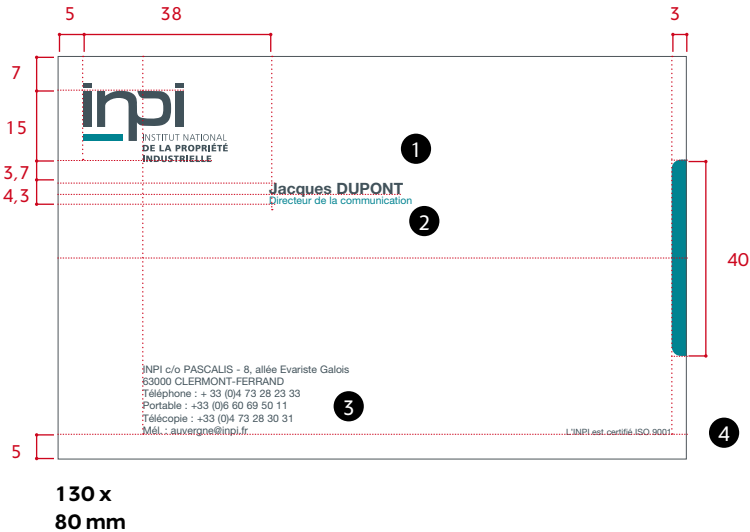




FICHIERS SOURCES ?



85 x 65 mm



130 x
80 mm

Échelle 65 %
Unités en millimètres

03_

CHARTES D'UTILISATION

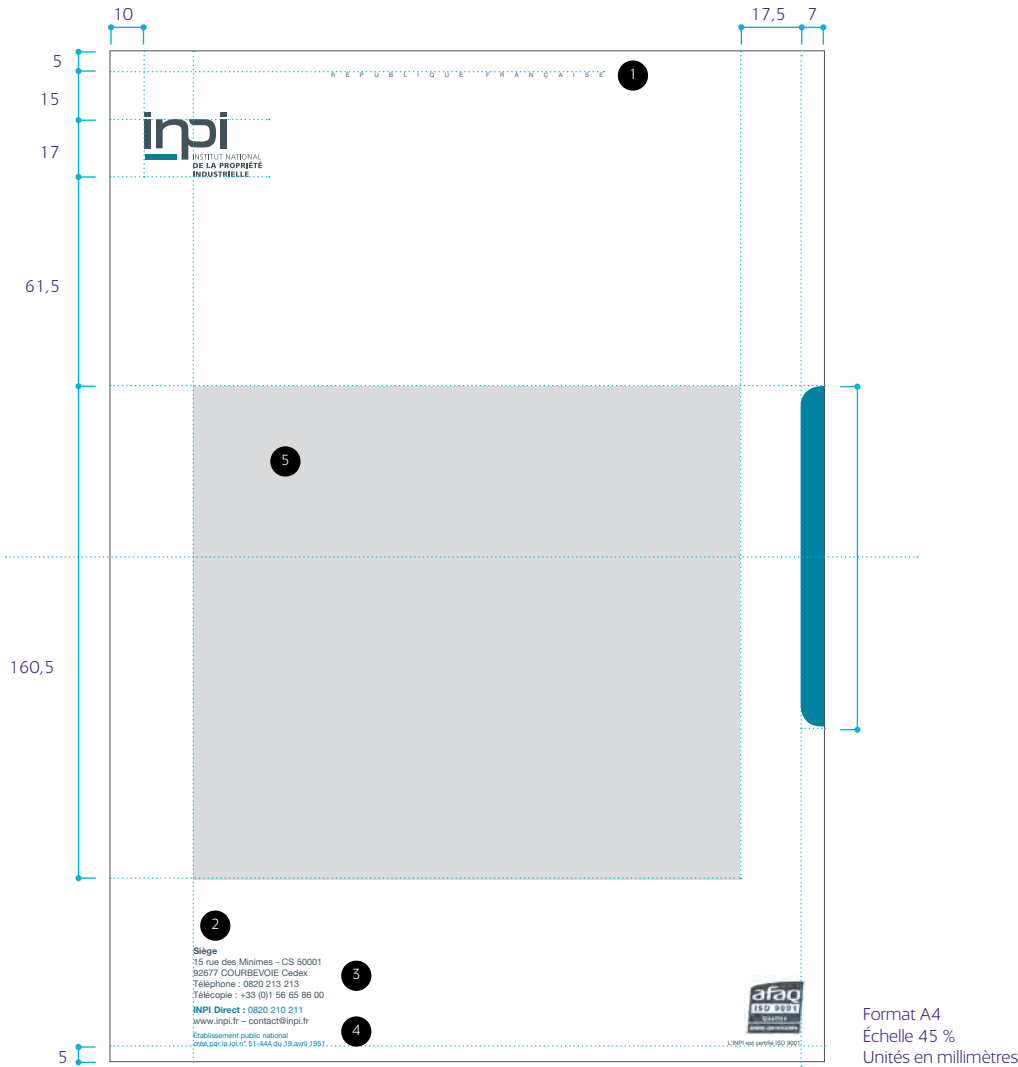
LA PAPETERIE

TÊTE DE LETTRE

DÉLÉGATIONS



FICHIERS SOURCES ?



03_

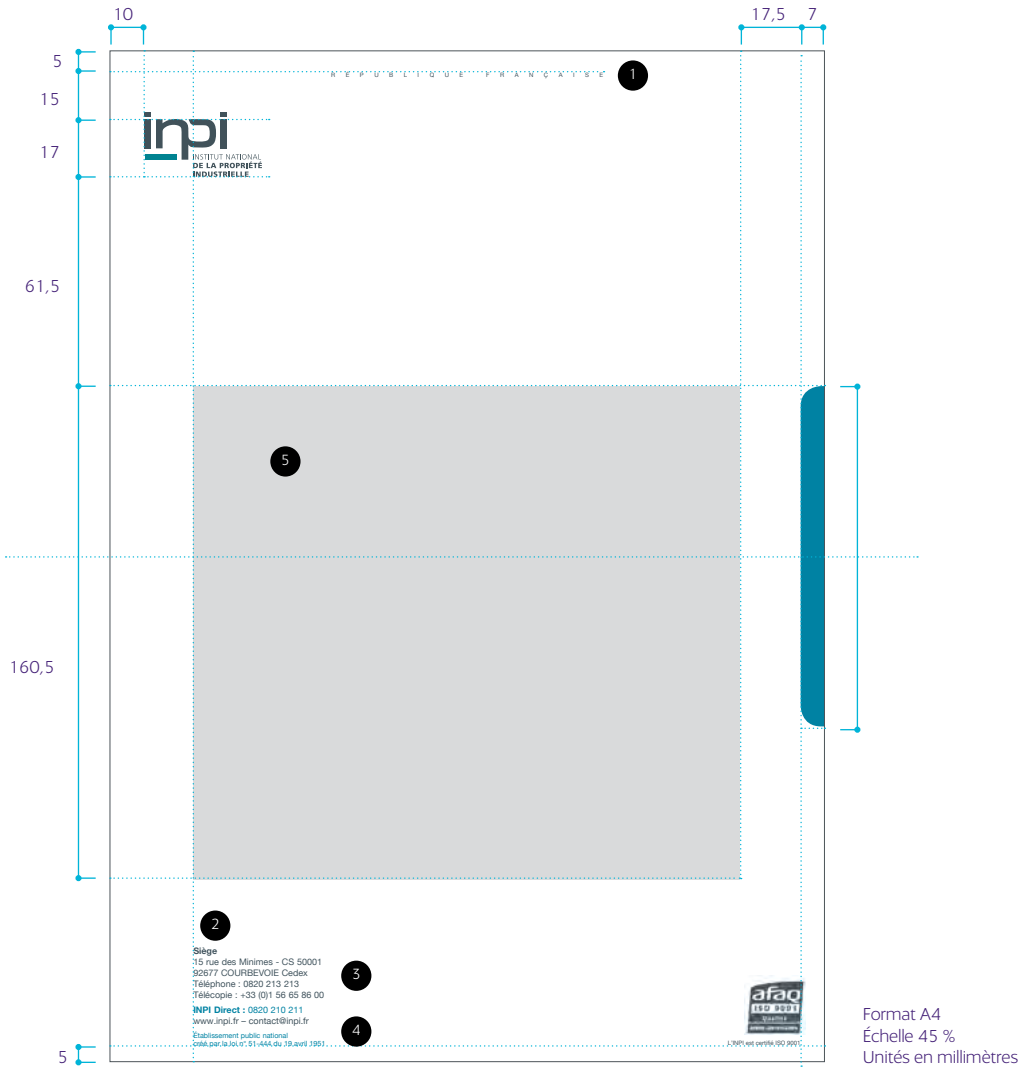
CHARTES D'UTILISATION

LA PAPETERIE

SUITE DE LETTRE

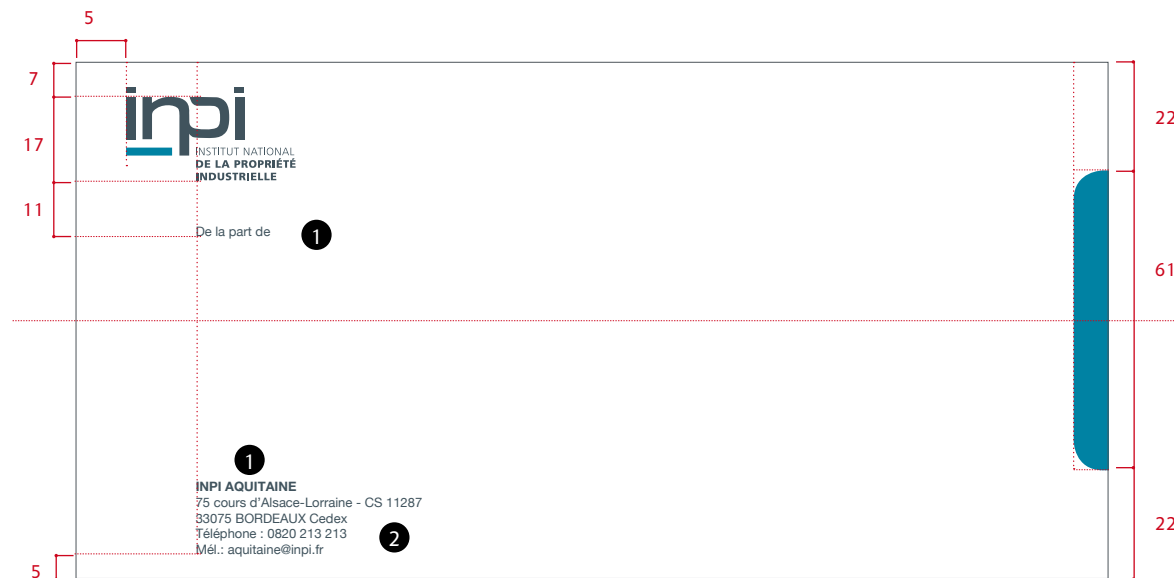


FICHIERS SOURCES ?



CARTES DE CORRESPONDANCE

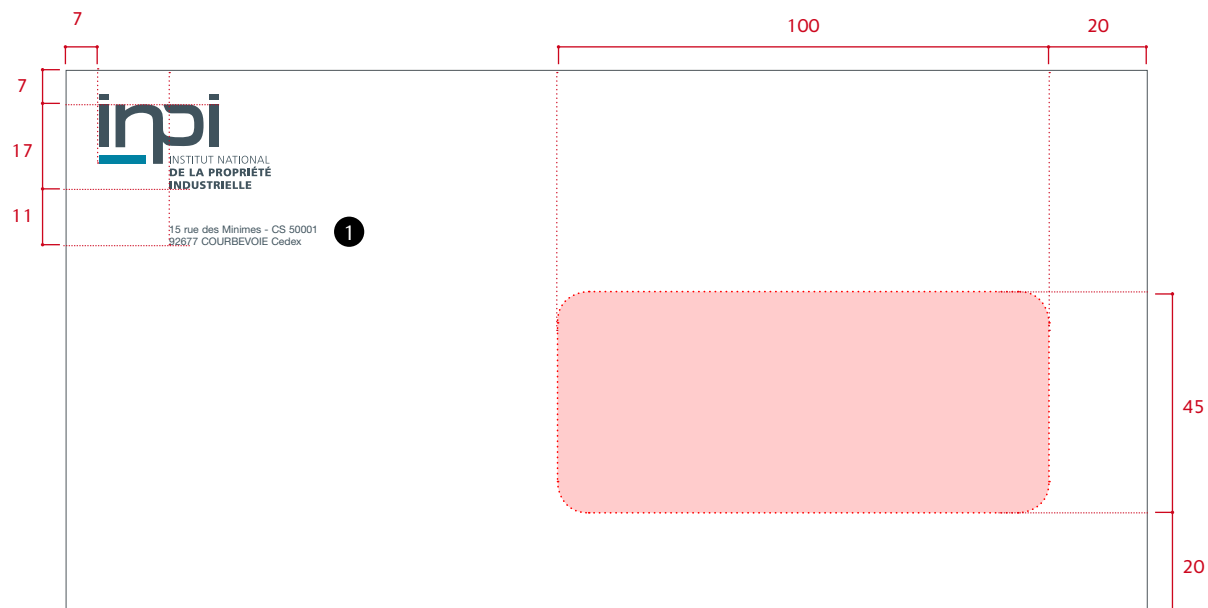
FICHIERS SOURCES ?



Échelle 65 %
Unités en millimètres

ENVELOPPES 210 x 110

FICHIERS SOURCES ?



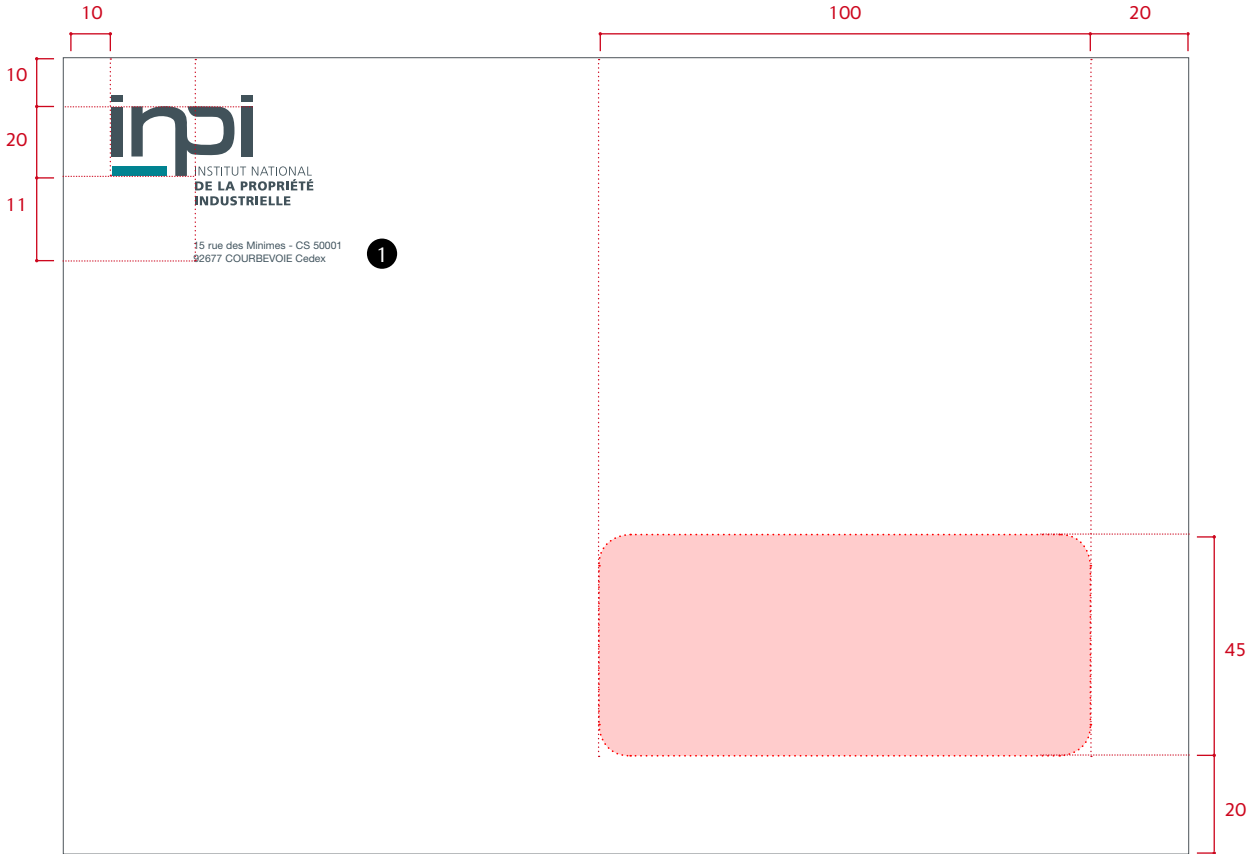
Échelle 65 %
Unités en millimètres

ENVELOPPES

162 x 229



FICHIERS SOURCES ?

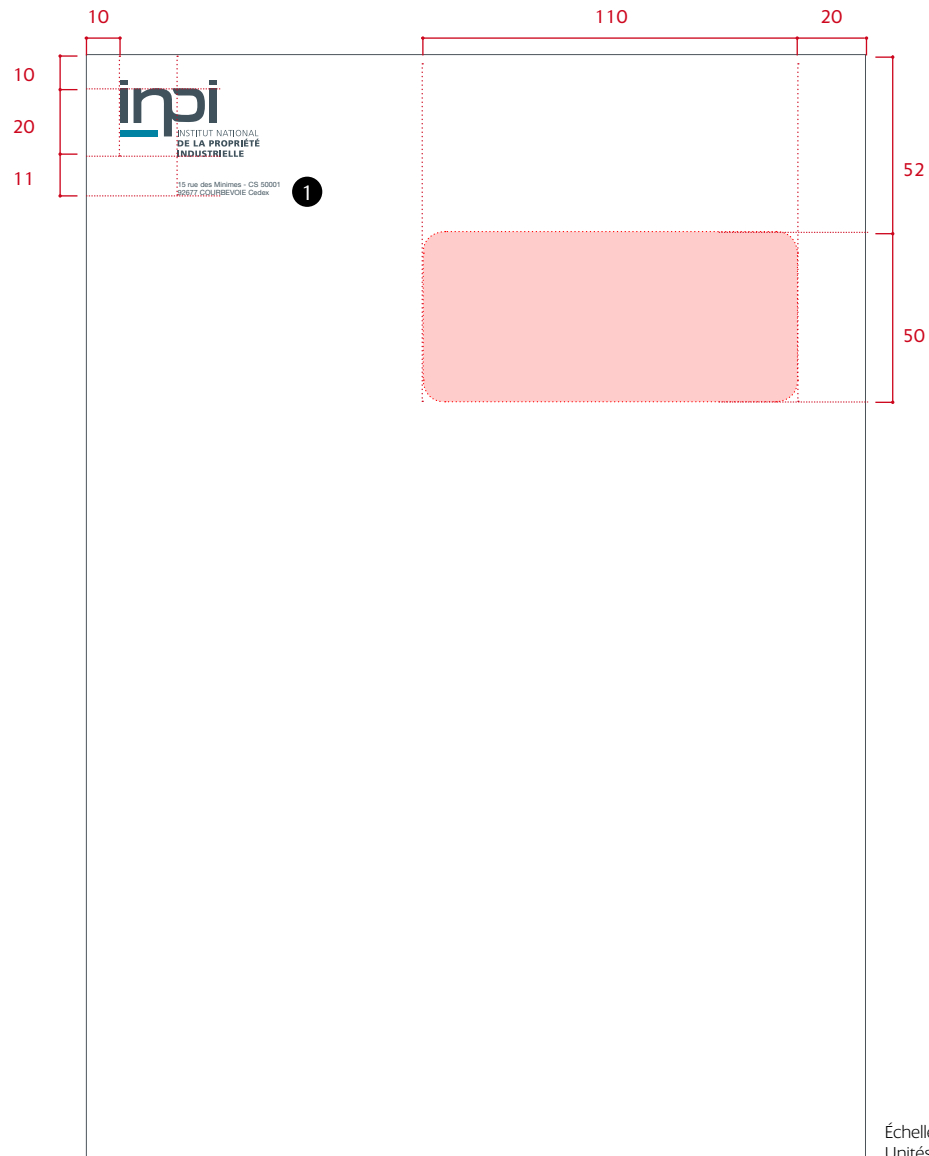


Échelle 65 %
Unités en millimètres

ENVELOPPES 229 x 2324



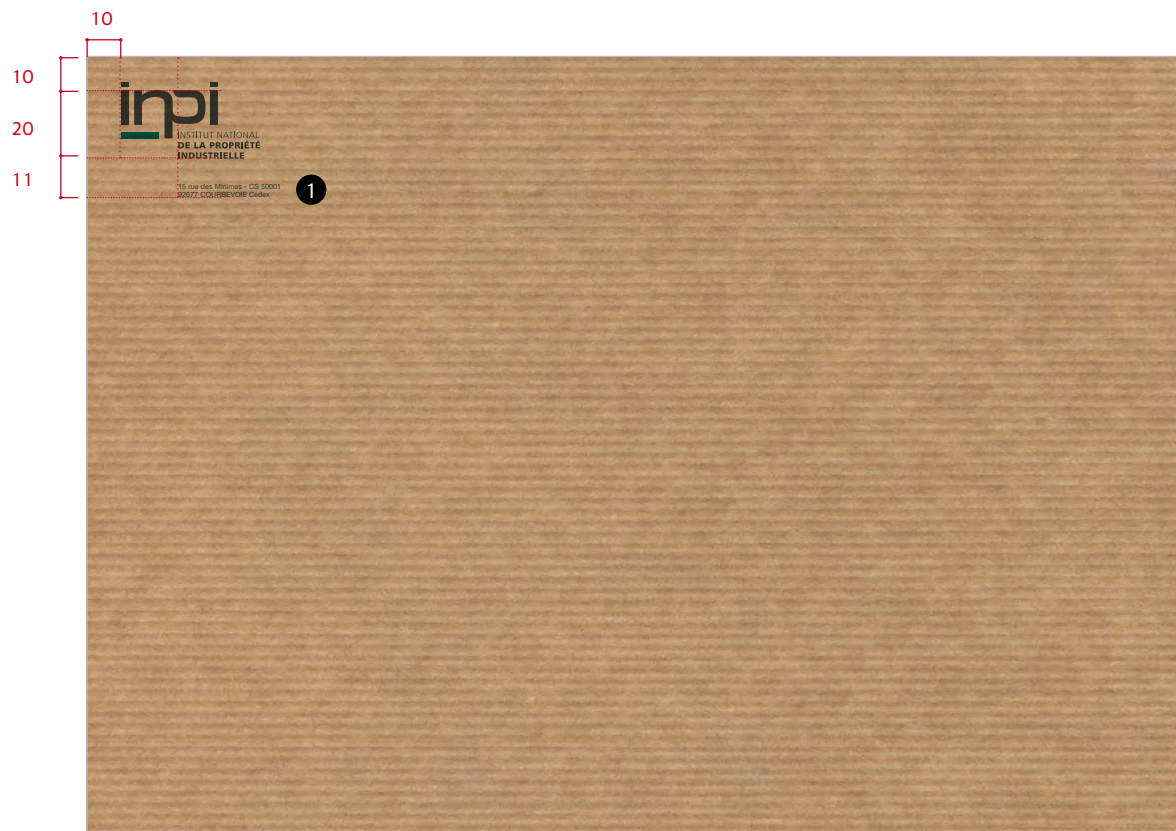
FICHIERS SOURCES ?



ENVELOPPES 324 x 229



FICHIERS SOURCES ?



03_ CHARTES D'UTILISATION L'ÉDITION



LES BROCHURES FORMAT A4

Les typologies de brochures

Les brochures de l'INPI
se déclinent en trois grandes familles :

- « Découvrir l'INPI »

Faire connaître l'Institut et la propriété industrielle, présenter les services et prestations de l'INPI au service de l'innovation, valoriser son implantation régionale et internationale.

- « Repères »

Des repères pour se préparer aux différentes étapes du dépôt, avant, pendant et après et donner une vision globale des actions à entreprendre pour exploiter ce titre de PI.

- Mode d'emploi

Des modes d'emploi pour guider les déposants, pas à pas au cours des différentes formalités à accomplir, avant, pendant et après le dépôt.



LES BROCHURES FORMAT A4

Titre de la brochure

Il est composé en une seule et unique graisse et dans un seul corps de texte.

Le corps du texte est à choisir en fonction de la longueur du titre, afin d'équilibrer les blancs de manière harmonieuse. Il doit être compris entre 32 points et 64 points. L'interlignage est égal au corps du texte. L'approche de -10 pt.

Sous-titre de la brochure

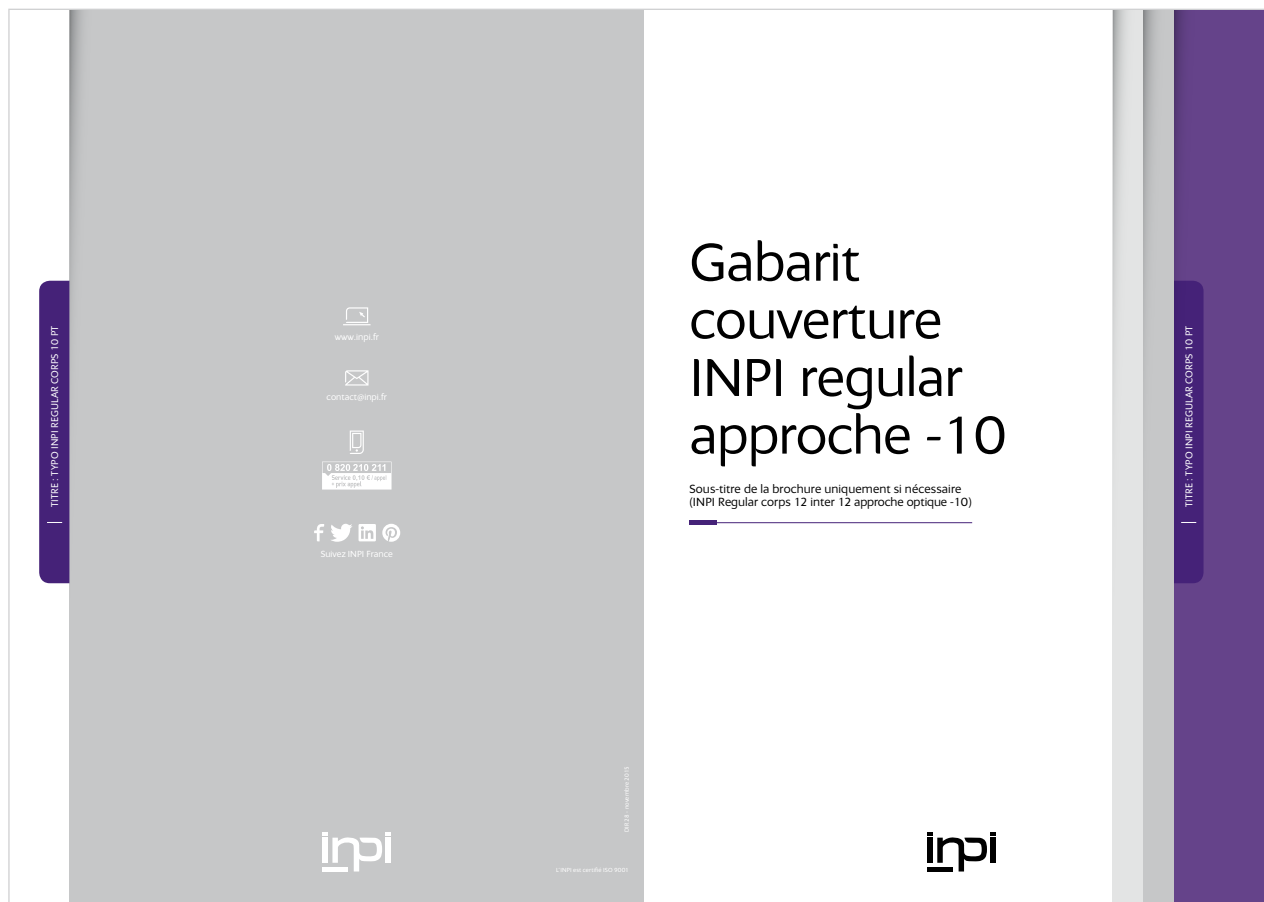
INPI regular corps 12 pt.
interlignage 12 pt approche -10 pt.

Reprise de titre dans l'onglet

INPI regular en capitales corps 10 pt.

Logotype

Le logotype INPI dans sa version monochrome est centré dans la page.



LES BROCHURES FORMAT A4

Construction des 4° de couverture

Mentions de contact
centrées dans la largeur
de l'aplat de couleur et
centrées dans la hauteur
de l'onglet.

Textes INPI Regular
corps 9 approche -10
interlignage auto.

Bloc ARCEP
hauteur 9,25 mm
taille minimum autorisée
dans cette configuration
par la charte ARCEP.

La référence et la date de
mise à jour sont à indiquer sur
le côté, la mention étant
alignée sur la hauteur du logo.

La certification ISO est placée
en bas à droite, alignée sur le
bas du logo.



LES COULEURS DES BROCHURES

« Découvrir l'INPI »

- L'Institut national de la propriété industrielle au service de l'innovation (brochure A)
- L'INPI et la propriété industrielle en 10 questions (leaflet).



Couleur de l'onglet
et de typo dans
les pages intérieures



Couleur du bayadère
et des aplats
de couverture



100 %



60 %



40 %

Couleurs d'aplat
(dégradés issus de la couleur
dominante de la brochure)



Pantone®
3145C

Quadri
C100 / J30 / N30

Ton direct
#00788c

Display
R0 / V121 / B140



Pantone®
7464 C

Quadri
C50 / J20

Ton direct
#85CDDB

Display
R133 / V205 / B219

ATTENTION ANCIENNE TYPO

LES COULEURS DES BROCHURES

« Repères »

La collection « Repères » comporte deux types de brochures : celles dites « transverses », et celles dites « génériques » :

1/ Se repérer dans la propriété industrielle :

- Protéger ses créations
- Lutter contre la contrefaçon

2/ Se repérer par domaine :

- La marque
- La marque internationale
- Le dessin ou modèle
- Le brevet
- L'enveloppe Soleau
- L'invention du salarié

ATTENTION ANCIENNE TYPO

1



Couleur de l'onglet
et de typo dans
les pages intérieures



Couleur du bayadère
et des aplats
de couverture



100 %



70 %

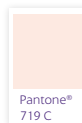


40 %



20 %

Couleurs d'aplats (dégradés issus
de la couleur dominante de la
brochure)

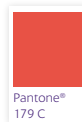


Pantone®
719 C

Quadri
M12 / J11

Ton direct
#EDCFB3

Display
R237/V207/B179



Pantone®
179 C

Quadri
M80 / J70

Ton direct
#85CDD8

Display
R224 / V104 / B75

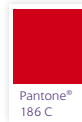
2



Couleur de l'onglet et de typo
dans les pages intérieures
+ étapes clefs



Couleur du bayadère
et des aplats de couverture

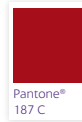


Pantone®
186 C

Quadri
M100/J100

Ton direct
#WC60C30

Display
R198/V12/B48



Pantone®
187 C

Quadri
C15/M100/J100

Ton direct
#A71930

Display
R167/V25/B48

« Mode d'emploi »

- 1/ Mode d'emploi pour vérifier
- Vérifier la disponibilité d'une marque
 - Vérifier la disponibilité d'un nom de société

- 2/ Mode d'emploi pour déposer
- Le formulaire Marque
 - Le formulaire Brevet
 - Le formulaire Dessins et Modèles

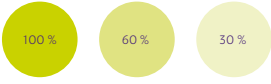
ATTENTION ANCIENNE TYPO



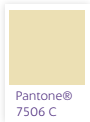
Couleur de l'onglet et de typo dans les pages intérieures + étapes clefs



Couleur du bayadère et des aplats de couverture



Couleurs d'aplats (dégradés issus de la couleur dominante de la brochure)



Quadri
C10/M10/J35

Ton direct
#ECDEBB

Display
R236/V222/B187



Quadri
C30/J100

Ton direct
#C9DD03

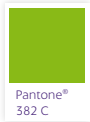
Display
R201/V221/B3



Couleur de l'onglet et de typo dans les pages intérieures + étapes clefs



Couleur du bayadère et des aplats de couverture



Quadri
C54/M0/J100

Ton direct
#69BE28

Display
R105/V190/B40



Quadri
C76/M13/J62

Ton direct
#578575

Display
R87/V133/B117

LES COULEURS DES BROCHURES

ATTENTION ANCIENNE TYPO

« Mode d'emploi »

3/ Mode d'emploi après le
dépôt

- La vie de votre marque
- La vie de votre brevet
- La vie de vos dessins et
modèles

3



Couleur de l'onglet et de
typo dans les pages
intérieures + étapes clefs



Couleur du bayadère
et des aplats de couverture



100 %



60 %

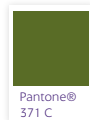


35 %



15 %

Couleurs d'aplats (dégradés issus
de la couleur dominante de la brochure)



Quadri
C70/M45/J100

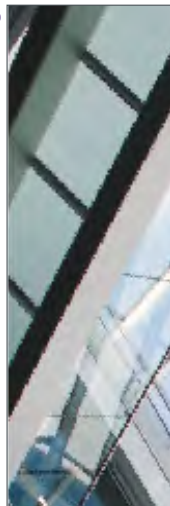
Ton direct
#53682B

Display
R83/V104/B43

LES VISUELS DE COUVERTURE

- 1 / Découvrir l'INPI
- 2 / Repères
- 3 / Mode d'emploi

1



2



3



De tête : 32 mm
De pied : 15 mm
Petit fond : 10 mm
Grand fond : 25 mm

9 colonnes
Gouttière : 5 mm

L'INVENTION DE SALARIÉ

Tout ce qu'il faut savoir pour déclarer une invention de salarié

SOMMAIRE

POURQUOI DÉCLARER LES INVENTIONS DE SALARIÉS ?

- Trois catégories d'inventions de salariés
- Propriété des inventions de salariés et contrepartie financière

EN PRATIQUE

- Qui peut déclarer ?
- Quand déclarer ?
- Où remettre la déclaration ?

LA DÉCLARATION D'INVENTION DE SALARIÉ EN 5 ÉTAPES

QUE FAIRE EN CAS DE LITIGE ?

- La Commission nationale des inventions de salariés (CNIIS)

POURQUOI DÉCLARER LES INVENTIONS DE SALARIÉS ?

Le droit de breveter l'invention appartient en principe à son inventeur, c'est-à-dire celui inventant ou ayant contribué à son invention.

→ Consultez la brochure « Les Brevets »

Il peut en être autrement si l'invention a été développée au sein d'une entreprise par l'un de ses employés. En effet, **la loi prévoit un régime spécifique pour les inventions de salariés** : selon les conditions dans lesquelles elles ont été conçues, les droits sur l'invention, et donc, le droit de déposer ou non un brevet, reviennent soit au salarié soit à l'employeur. Dans ce dernier cas, le salarié aura droit à une contrepartie financière.

C'est pourquoi le salarié a l'obligation de déclarer toute invention qu'il réalise afin et en informer son employeur et de lui permettre de déterminer les droits qu'il pourra obtenir sur l'invention.

L'objectif de la déclaration est de définir, à terme, qui du salarié ou de l'employeur peut déposer le brevet.

TROIS CATÉGORIES D'INVENTIONS DE SALARIÉS

La loi distingue trois catégories d'inventions de salariés :

LES « INVENTIONS DE MISSION »

Elles sont effectuées par le salarié dans l'exercice d'une mission inventive que lui a confiée son employeur et qui résulte :

- d'un contrat de travail comportant une mission inventive qui correspond à ses fonctions effectives. Il s'agit alors d'une **mission inventive permanente**.
- Exemple : un ingénieur de recherche ;

- d'activités ou de recherches qui lui sont ponctuellement confiées. Il s'agit alors d'une **mission inventive occasionnelle**.
- Exemple : un technicien chargé ponctuellement de travailler sur une invention ;

En cas d'invention, c'est toujours l'employeur qui l'oblige de proposer la nature de la mission qu'il a confiée à son salarié.

LES « INVENTIONS HORS MISSION ATTRIBUABLES »

Elles sont réalisées par un salarié de son propre initiative, mais ont un lien avec l'entreprise car elles sont effectuées :

- lors de l'exécution des fonctions du salarié ;
- en dehors de l'exécution des fonctions du salarié, mais grâce à la connaissance ou l'utilisation de techniques ou de moyens spécifiques à l'entreprise ;
- en dehors de l'exécution des fonctions du salarié, mais dans le domaine des activités de l'entreprise ;

LES « INVENTIONS HORS MISSION NON ATTRIBUABLES »

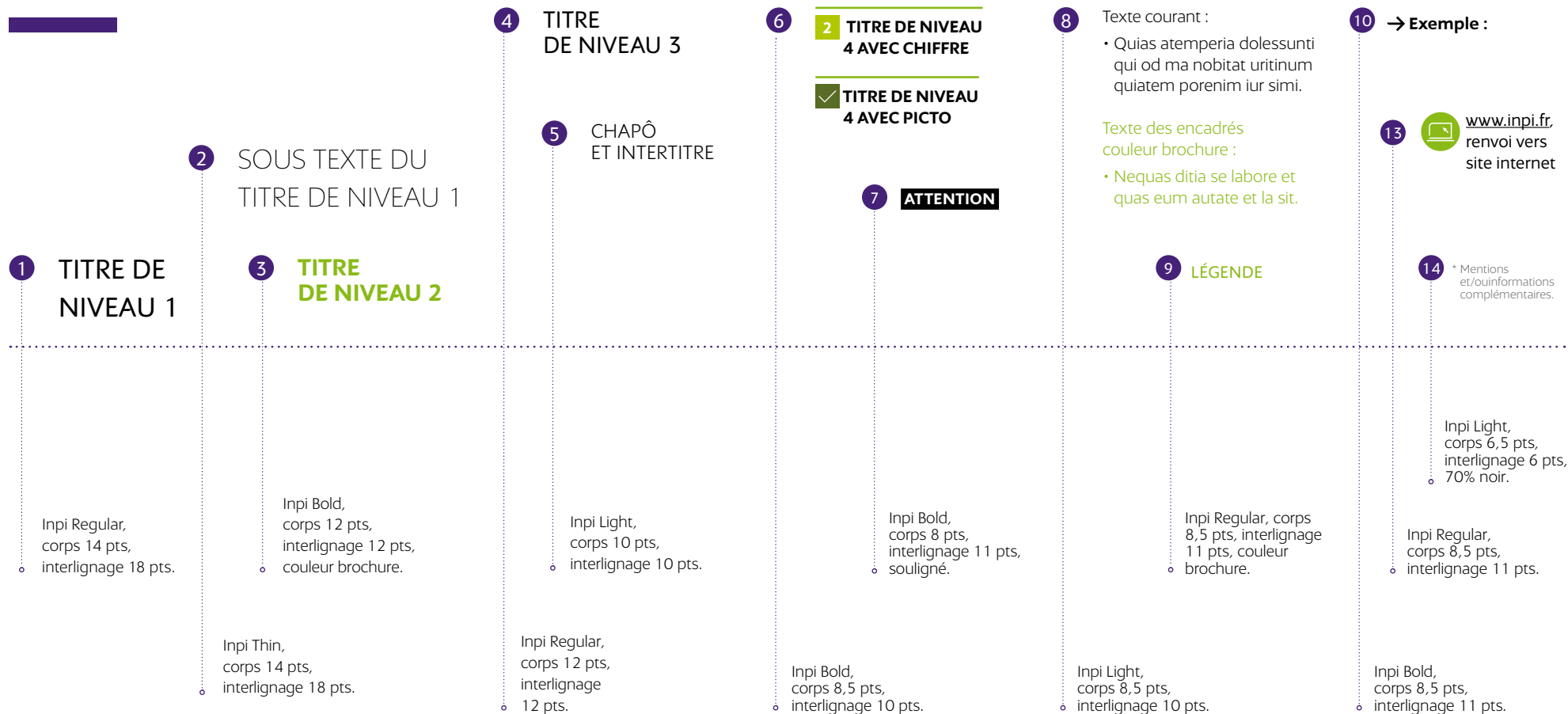
Elles sont celles qui n'appartiennent pas aux deux catégories précédentes. Elles sont réalisées par des salariés qui n'ont pas de mission inventive et elles n'ont aucun lien avec les activités de l'employeur.

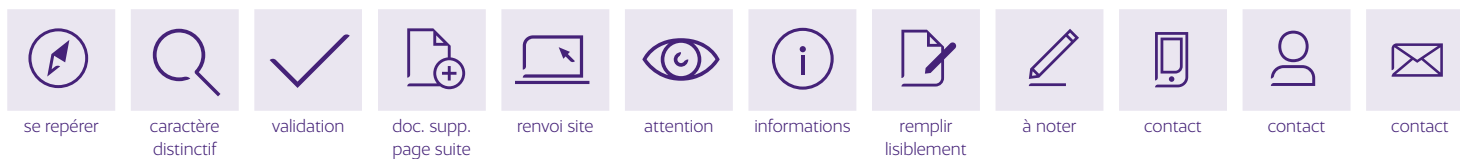
1 LE SAVIEZ-VOUS ?

On estime que 90 % des inventions brevetées sont le fait d'inventeurs salariés.

2 INVENTIONS DE SALARIÉS

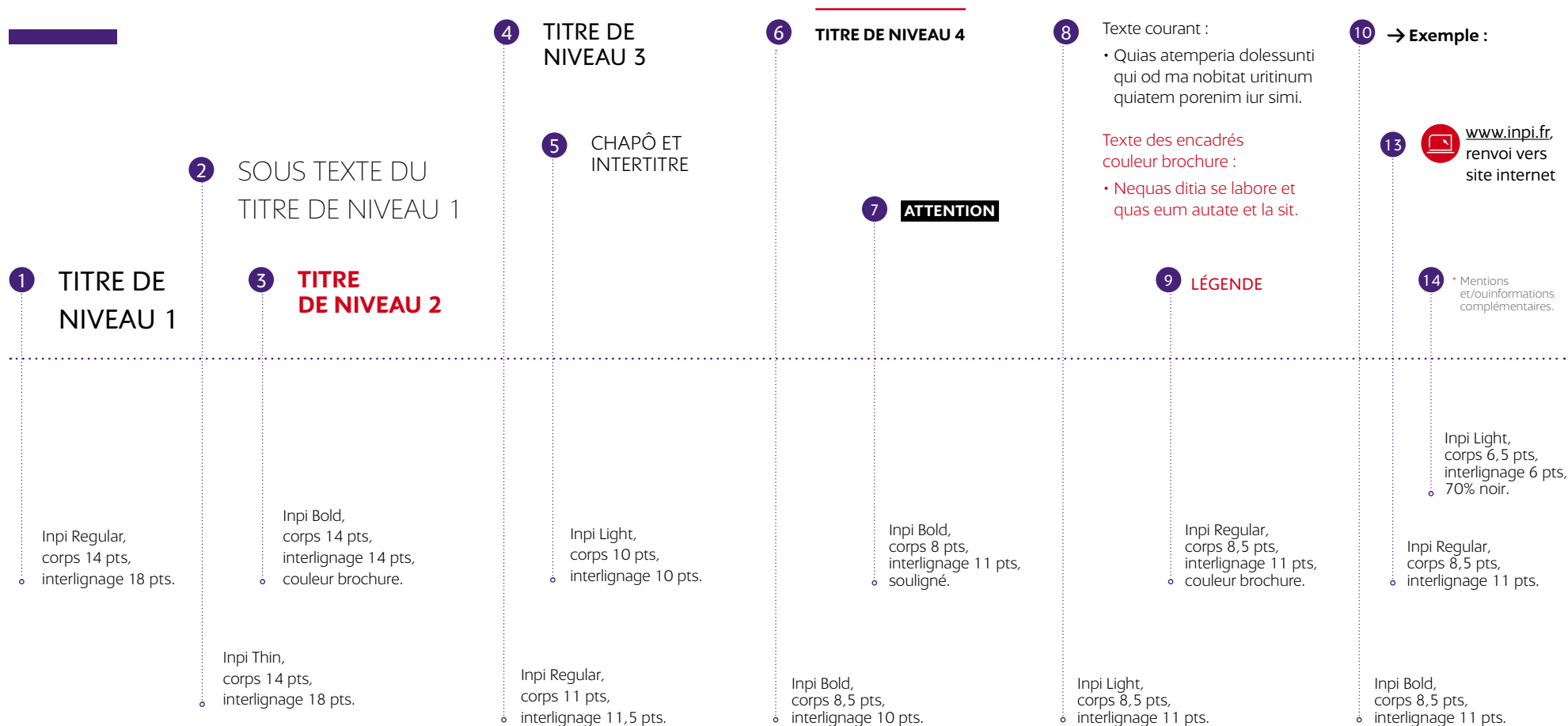
BROCHURES MODE D'EMPLOI





Texte de présentation en quelques lignes à venir

BROCHURES REPÈRES



03_ CHARTES D'UTILISATION LA BUREAUTIQUE



03_ CHARTES D'UTILISATION LA BUREAUTIQUE

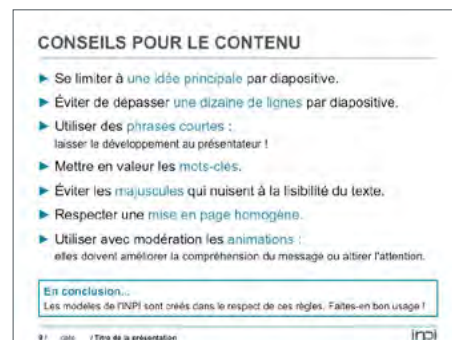
MASQUES POWERPOINT

FICHIERS SOURCES ?

1



2



3



4



5



6



7



03_
CHARTES D'UTILISATION
LA BUREAUTIQUE
MASQUES
POWERPOINT

FICHIERS SOURCES ?

1



R	0	R	137
V	130	V	204
B	164	B	207



2



R	235	R	249
V	105	V	178
B	11	B	0



R	166	R	229
V	15	V	52
B	26	B	118



R	134	R	164
V	132	V	197
B	41	B	55

FICHIERS SOURCES ?





FICHIERS SOURCES ?

SOMMAIRE

► Titre de premier niveau (style I_Titre 1)

Titre de niveau 2 (style I_Titre 2)

► Mini-guide d'utilisation du modèle INPI

Utilisation des styles

La page de couverture

Le sommaire

La dernière de couverture

4

4

5

5

5

5

5

3 / Titre principal du document / date (jj mmmm aaaa)

TITRE DE PREMIER NIVEAU (STYLE I_TITRE 1)

Texte d'introduction ou chapeau (style I_Introduction)

TITRE DE NIVEAU 2 (STYLE I_TITRE 2)

► Titre de niveau 3 (style I_Titre 3)

Texte courant (style Normal)

• Liste à puce (I_Puce)

• ...

Titre encadré 1 sur fond couleur (style I_Encadré 1_Titre)

Texte encadré 1 sur fond couleur (style I_Encadré 1_Texte)

Titre encadré 2 (style I_Encadré 2_Titre)

Texte encadré 2 (style I_Encadré 2_Texte)

Texte courant (style Normal)

4 / Titre principal du document / date (jj mmmm aaaa)

www.inpi.fr

INPI

Contact

Nom du contact

Téléphone

E-mail

inpi

INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIÉTÉ
INDUSTRIELLE

03_ CHARTES D'UTILISATION LA VIDÉO



Dans le but de faciliter la lecture des informations à l'écran, deux options sont retenues. Elles ont pour but de s'adapter à la vidéo si cette dernière est dans une ambiance claire ou foncée.

Vidéos fond clair

Watermark INPI
gris réf. : # bebebe
Opacité 40 %

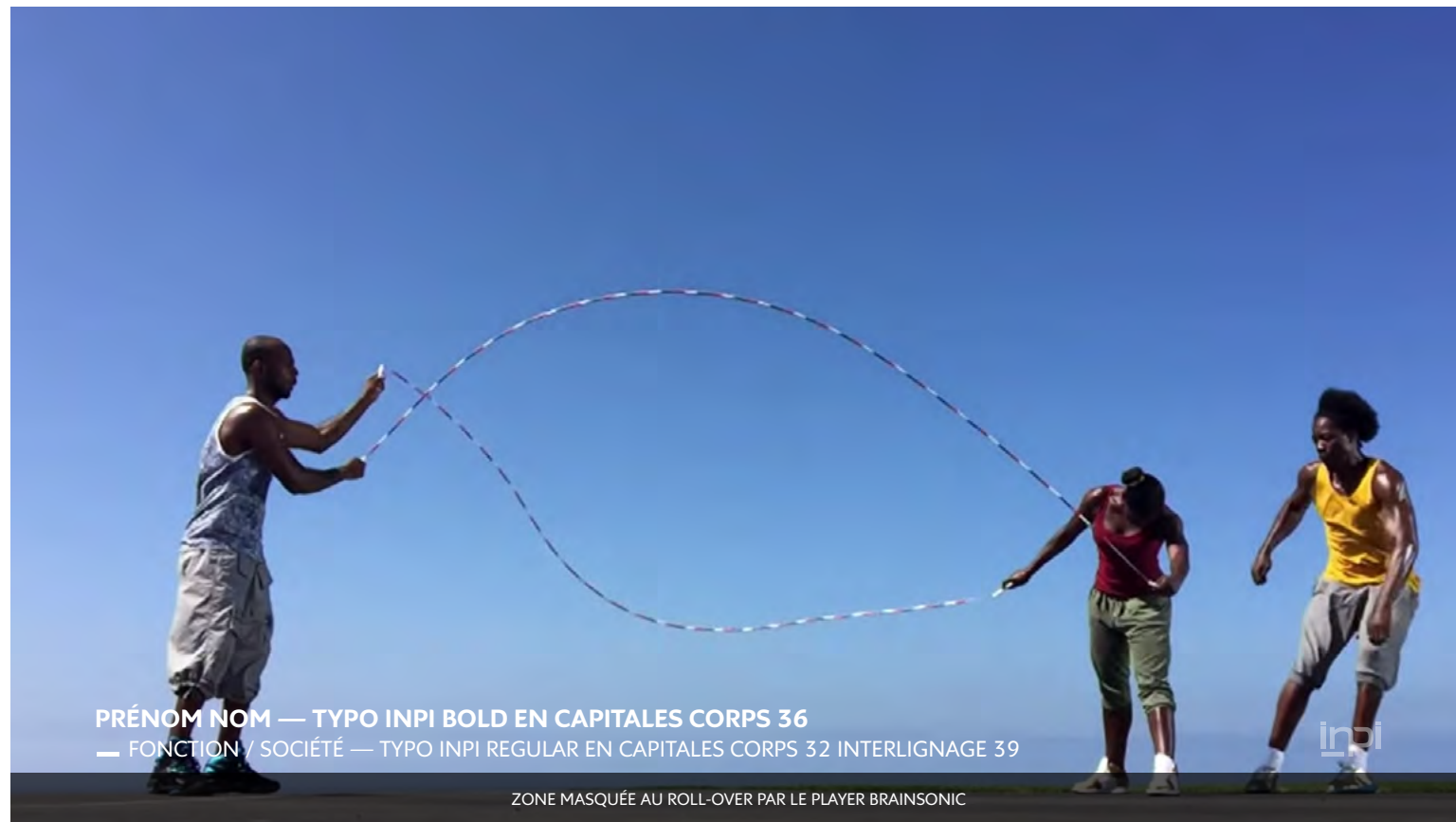
Textes gris
réf. : # bebebe
Opacité 100 %



Vidéos fond neutre

Watermark INPI blanc
Opacité 40 %

Textes blancs
Opacité 100 %



PRODUCTIONS INPI & MARQUE FILLE

Vidéos fond clair

Watermark marque fille
gris réf. : # bebebe
Opacité 40 %

Watermark INPI
gris réf. : # bebebe
Opacité 40 %

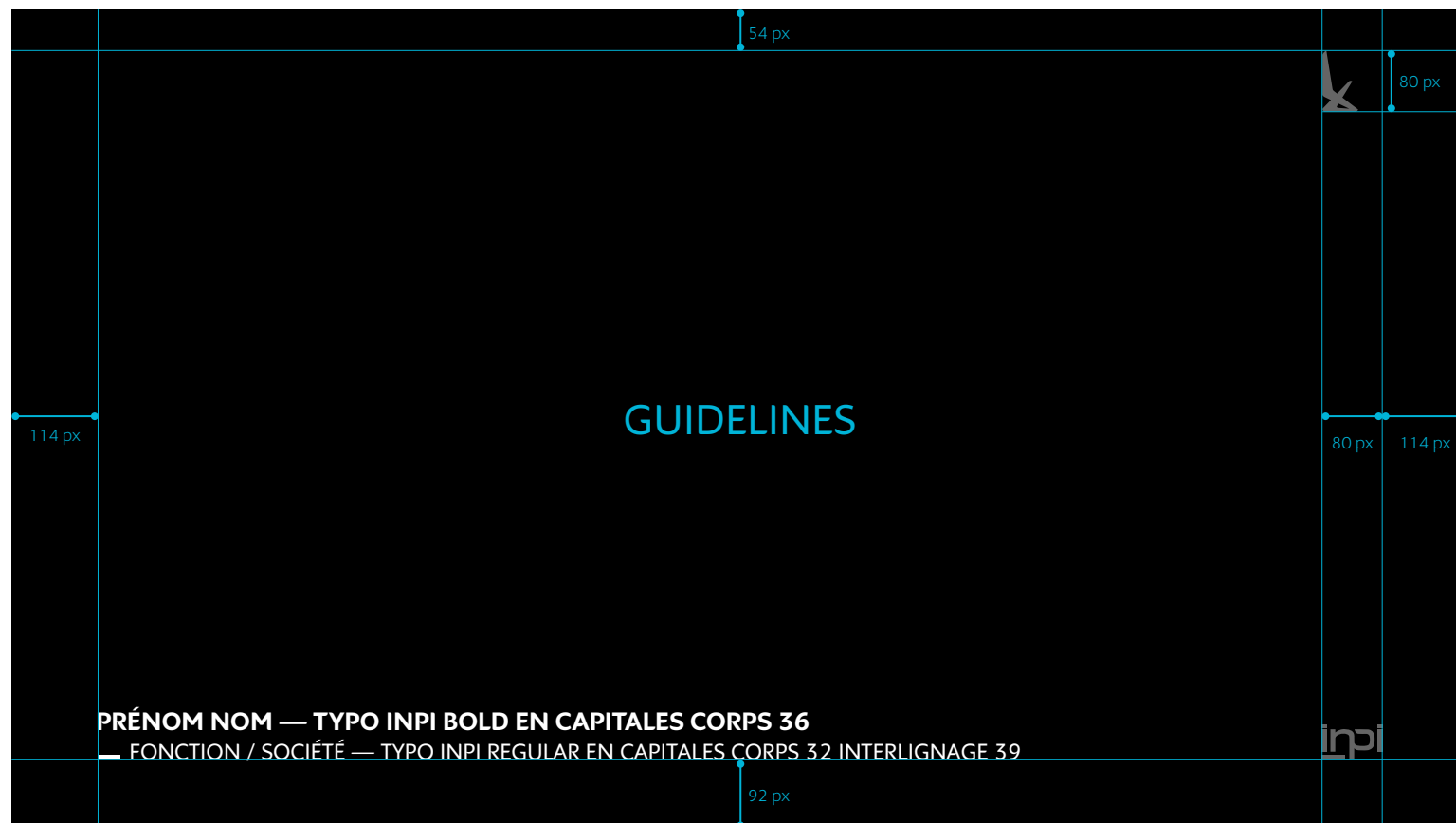
Textes gris
réf. : # bebebe
Opacité 100 %

Vidéos fond neutre

Watermark marque fille blanc
Opacité 40 %

Watermark INPI blanc
Opacité 40 %

Textes blancs
Opacité 100 %



PRODUCTIONS INPI & MARQUE FILLE

Vidéos fond clair

Watermark marque fille
gris réf. : # bebebe
Opacité 40 %

Watermark INPI
gris réf. : # bebebe
Opacité 40 %

Textes gris
réf. : # bebebe
Opacité 100 %

Vidéos fond neutre

Watermark marque fille blanc
Opacité 40 %

Watermark INPI blanc
Opacité 40 %

Textes blancs
Opacité 100 %

POSITION WATERMARK EVENT

Watermark event blanc
Opacité 40 %
Watermark INPI blanc
Opacité 40 %
Textes blancs Opacité 100 %

PRÉNOM NOM — TYPO INPI BOLD EN CAPITALES CORPS 36

— FONCTION / SOCIÉTÉ — TYPO INPI REGULAR EN CAPITALES CORPS 32 INTERLIGNAGE 39

ZONE MASQUÉE AU ROLL-OVER PAR LE PLAYER BRAINSONIC



03_ CHARTES D'UTILISATION LES KAKEMONOS



03_

CHARTES D'UTILISATION

LES KAKEMONOS

VERSION INSTITUTIONNELLE

Les deux formats de kakemonos utilisés jusqu'à présent par l'INPI sont 80x220 cm et 85x200 cm.

Texte d'accroche :
INPI Bold corps 180 pt
interlignage 210 pt

Texte secondaire :
INPI Light 140 pt
interlignage 160 pt

Les valeurs de corps de textes sont données à titre indicatif et peuvent varier en fonction des contenus

Les éléments de la nomenclature doivent conserver ces dimensions sauf cas exceptionnels.
Les textes sont composés en INPI Bold corps 110 pt approche -5 interlignage 110 pt



80x220 cm représenté à 6,5 %



85x200 cm représenté à 6,5 %

03_ CHARTES D'UTILISATION

LES KAKEMONOS

VERSION MARQUE FILLE

Les deux formats de kakemonos utilisés jusqu'à présent par l'INPI sont 80x220 cm et 85x200 cm.

Texte d'accroche :
INPI Bold corps 160 pt
interlignage 160 pt

Texte secondaire :
INPI Regular 100 pt
interlignage 120 pt

Les valeurs de corps de textes sont données à titre indicatif et peuvent varier en fonction des contenus

Le logo de la marque fille fait 14 cm de hauteur, centré dans le kakemono



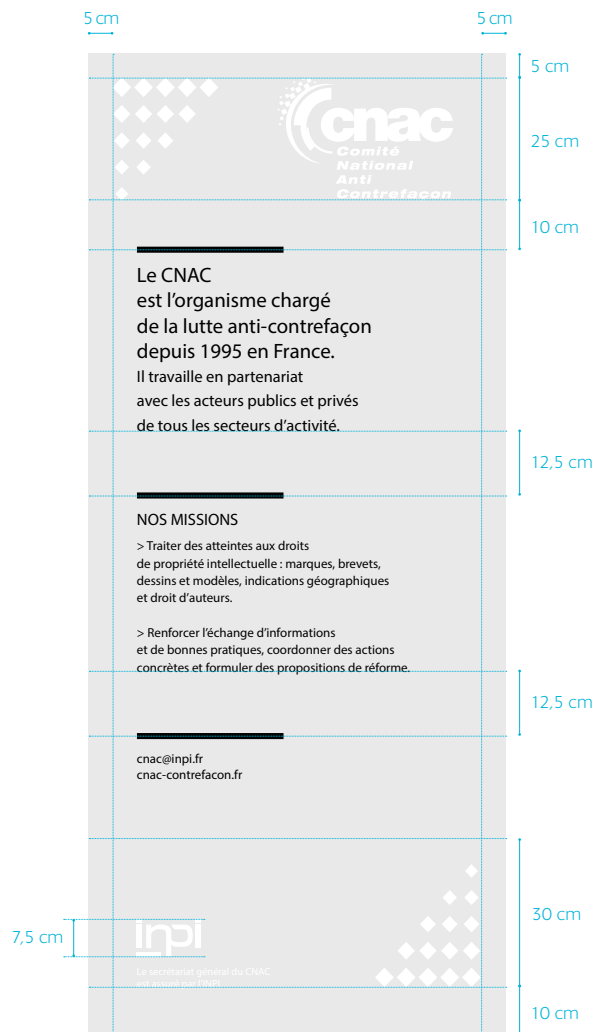
80x220 cm représenté à 6,5 %

03_ CHARTES D'UTILISATION LES KAKEMONOS VERSION PARTENARIAT

Les deux formats de kakemonos utilisés jusqu'à présent par l'INPI sont 80x220 cm et 85x200 cm.

Il est important de respecter les niveaux de lecture entre les différents textes.

La composition du kakemono dépend de l'entité émettrice. Il faudra veiller à ce que la taille du logo INPI ne soit pas inférieure à 7,5 cm de haut.



85x200 cm représenté à 6,5 %

03_ CHARTES D'UTILISATION LES ÉTUDES



Les couvertures

texte et explications à venir



exemple de couverture échelle 50 %

Mise en page
texte et explications à venir

1
L'INSUFFISANCE
DE LA PROPRIÉTÉ
INDUSTRIELLE
POUR LE DÉVELOPPEMENT
DURABLE DES PAYS
EN DÉVELOPPEMENT
INPI REGULAR CORPS 22

SOMMAIRE PARTIE 1

INTRODUCTION PARTIE 1 p. 40

1 LE BREVET : UN OUTIL INSUFFISANT POUR ASSURER LE TRANSFERT DE TECHNOLOGIES VERS LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT

1.1 Le monopole d'exploitation du brevet : un moyen juridique efficace pour sécuriser certains transferts de technologies p. 41

A Le monopole conféré par le brevet favorise l'investissement sur de nouveaux marchés p. 41

B Le brevet : outil essentiel de la stratégie de diffusion d'une technologie p. 42

Cas pratiques: p. 44

— Danone p. 47

— Golden Rice p. 49

— Office africain de la propriété intellectuelle (OAPI)

1.2 L'effritement du rôle des brevets dans les transferts de technologies vers les pays en développement p. 50

A La limite extrinsèque au droit des brevets dans les transferts de technologies: le rôle primordial du savoir-faire p. 50

B La limite intrinsèque au droit des brevets dans les transferts de technologies: le faible nombre de dépôts de brevets dans les pays en développement p. 53

2 FIN DE L'OLIGOPOLE DE LA MAÎTRISE TECHNOLOGIQUE ET CONCURRENCE GÉNÉRALISÉE DE L'ACCÈS AUX NOUVEAUX MARCHÉS DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT

2.1 L'innovation devient multipolaire p. 57

2.2 Les technologies sont souvent connues p. 59

2.3 Les nouveaux écosystèmes industriels et géographie de l'innovation p. 60

CONCLUSION PARTIE 1 p. 63

RÉSUMÉ ET RECOMMANDATIONS PARTIE 1 p. 65

INPI - Développement durable et propriété intellectuelle - 39

Mise en page
texte et explications à venir

PARTIE 1 L'INSUFFISANCE DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES
PAYS EN DÉVELOPPEMENT

INTRODUCTION DE LA PARTIE 1

44. De manière générale, on peut styliser deux types de modèles d'écosystèmes
industriels quant à leur rapport au savoir-faire (chaque segment réel de chaque industrie
réelle empruntant pour partie à ces deux idéal-types).

Le plus connu dans le monde de la PI, mais qui n'est pas nécessairement le plus fréquent
dans l'industrie globale, est le cas d'industries reposant sur quelques savoir-faire tellement
spécifiques et pointus, au sein d'un dispositif plus classique et générique, qu'une fois
brevetés, ils constituent l'essentiel de l'avantage concurrentiel. C'est le cas par exemple
de la pharmacie ou des nouveaux matériaux: il est incontournable de connaître les points
précis de température, pression, durée d'un process central au sein d'une chaîne, et tout
le reste en revanche est relativement standard, du réacteur chimique au packaging.

Le cas inverse est assez bien représenté par les industries mécaniques. Mis à part le
cœur des technologies de motorisation, l'ensemble d'une automobile est composé
d'une myriade de brevets à contenu technologique relativement faible et la véritable
compétence est l'assemblage et le savoir-faire: comment interopérer des milliers
de composants et technologies dans un réseau usines-fournisseurs complexe et en
permanence redéfini.

45. Dans le contexte des transferts de technologies vers les pays en développement,
certaines contraintes supplémentaires entament fortement l'efficacité des droits de
propriété industrielle et particulièrement des brevets (1). surtout dans une économie
globalisée dans laquelle les paradigmes des transferts de technologies ont été
bouleversés, où, pour les émetteurs, ce sont les capacités à nouer des partenariats et à
attirer les investisseurs qui sont clés, et alors qu'en même temps, une concurrence aiguë
est apparue entre les émetteurs pour intervenir dans les pays en développement (2).

Les brevets d'invention, pour les émetteurs, sont un outil traditionnel d'encadrement et
de sécurisation des transferts de technologies (1.1). Pourtant, lorsqu'il s'agit de transférer
des technologies vers des pays en développement, ils se révèlent, le plus souvent,
beaucoup moins efficaces (1.2).

1
LE BREVET : UN OUTIL INSUFFISANT
pour assurer le transfert de technologies
vers les pays en développement

1.1 LE MONOPOLE D'EXPLOITATION DU BREVET : UN MOYEN JURIDIQUE
EFFICACE POUR SÉCURISER CERTAINS TRANSFERTS DE TECHNOLOGIES

46. Parce qu'il confère un monopole d'exploitation à son titulaire ou au licencié sur une
technologie particulière, le brevet d'invention est un outil qui favorise les transferts de
technologies, et ce de deux manières:
- le monopole favorise l'investissement sur de nouveaux marchés;
- le monopole permet de mettre en œuvre une politique de prix différenciés.

A. Le monopole conféré par le brevet favorise l'investissement
sur de nouveaux marchés

47. Voici un industriel d'un pays occidental qui souhaite être présent sur le marché d'un
pays en développement. Que cet industriel se borne à distribuer ses produits sur ce
nouveau marché, qu'il y installe des unités de production propres ou qu'il conclue un
partenariat avec un acteur local, le brevet est un outil juridique qui permet de sécuriser le
transfert de technologies.

En effet, si l'industriel est titulaire d'un brevet d'invention sur ce nouveau marché, il
bénéficie d'un monopole légal d'exploitation de l'invention. Que cela signifie-t-il ?

Si l'industriel distribue ses produits sur le nouveau marché, il pourra interdire à tout tiers
de fabriquer ou de commercialiser des produits qui reproduisent son invention.

De la même manière, si l'industriel décide de construire une unité de production locale
propre, un transfert de technologies, notamment de savoir-faire, s'ensuit nécessairement.
Le brevet d'invention couvrant ce nouveau marché interdit à des tiers de construire des
unités de production qui mettraient en œuvre l'invention, de sorte que l'investissement
initial nécessaire à la réalisation de l'usine pourra être beaucoup plus facilement
rentabilisé.

Enfin, l'existence d'un brevet d'invention sur ce nouveau marché permet également de
trouver plus facilement des partenaires locaux. En effet, les partenaires potentiels qui
investiront dans la technologie bénéficieront également, au travers d'un contrat de

à compléter

Les études INPI font partie des ressources proposées en accès libre par la marque. Ces études permettent au lecteur de se faire une culture avisée, grâce aux regards d'experts, sur un sujet porteur : l'impression 3D, le développement durable et la PI, etc.

Détail de la construction :
à développer.

