

3M, le groupe aux 500 brevets par an

Entretien avec Jean-Patrick Perrin,
département juridique 3M

Comment est organisé le département Marques & Brevets chez 3M ?

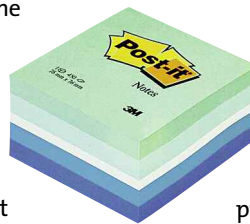
J-P. P. : C'est une entreprise à l'intérieur d'une entreprise : en 1999, la propriété intellectuelle a pris un nouveau tournant chez 3M, en créant 3M Innovative Properties Company (3M IPC). Toutes les activités liées à la propriété intellectuelle sont centralisées dans cette entreprise, qui se trouve aux Etats-Unis. Plusieurs départements composent cette entité, dont :

- **OIPC :** Office Intellectual Property Counsel, qui s'occupe de tout ce qui est dépôt, gestion, maintenance, contentieux de l'aspect "Marques & Brevets". Ce département est organisé selon les différents marchés 3M (Industrie, Grand Public, Santé Télécommunications). Il existe une antenne de l'OIPC pour l'Europe, qui se situe à Bruxelles. Une dizaine de personnes ont en charge la gestion des brevets pour 3M Europe.
- **CIPL :** Corporate Intellectual Property Liaison, qui est en charge d'identifier, parmi toutes les idées 3M, celles qui peuvent faire l'objet d'un dépôt de brevet. Ce département est organisé par pays, où 3M est implanté.
- **SIAM :** Strategic Intellectual Asset Management, qui s'occupe d'évaluer et gérer les différents portefeuilles de marque 3M, mais aussi d'explorer les possibilités de générer de la valeur de la propriété intellectuelle inutilisée ou sous-utilisée dans la société.

La politique des brevets est-elle historiquement stratégique chez 3M ?

J-P. P. : La politique de marque et brevet a toujours été, durant ses 100 années d'existence, une priorité pour 3M. Tout le succès de 3M est fondé sur des produits techniques,

uniques et donc protégés. La protection agressive de la propriété intellectuelle de 3M a toujours été un facteur clé de sa croissance. Dans une entreprise où l'innovation est le moteur de la croissance, et où les nouveaux produits remplacent leurs prédécesseurs avec une étonnante rapidité, la propriété intellectuelle est ce qui a le plus de valeur. Uniquement dans les années 1990, 3M a obtenu 4853 Brevets aux Etats-Unis, ce qui la place dans le Top 30 des entreprises internationales ayant obtenu le plus de brevets sur le territoire américain. D'autre part, en 1995, 3M était placé en 14^{ème} position des compagnies internationales et en 6^{ème} position des compagnies américaines ayant obtenu des brevets. Ces classements placent 3M au même rang que des grandes entreprises comme IBM, NEC, Canon, Motorola, Toshiba... Ainsi, 3M possède les brevets, ses divisions possèdent les produits.



La marque peut-elle suppléer l'absence de brevet ?

J-P. P. : Dans le cas de 3M, les marques comme Scotch® (évaluée à 2 milliards de \$) ou Post-it® sont des actifs très précieux pour l'entreprise. Il est donc nécessaire et très important de les protéger, au même titre que des produits ou autres. Cette nécessité est complètement liée à la notoriété des marques. ■