

# *Le Guide de L'Innovateur:*

---

Par [Bouarfa Mahi](#), *Mahi Consultant*

---

*Note: Si vous avez des questions sur le marketing et la vente de l'invention n'hésitez pas à poster des commentaires sur mon blog : <http://gpservices.typepad.com> à la catégorie invention marketing.*

---

[Préface](#)

[Introduction](#)

[Le bien intellectuel](#)

[Les outils de prospection et de vente](#)

[Les outils de prospection](#)

[La lettre d'introduction](#)

[La fiche profil/produit](#)

[L'accord de confidentialité](#)

[Les outils de vente](#)

[L'innova-book](#)

[Le press-book](#)

[L'entraînement pratique](#)

---

## **Préface**

Confronté aux réalités quotidiennes de notre société, vous avez apporté des solutions originales à un problème technique ou à un besoin et vous recherchez une entreprise pour industrialiser cette innovation.

Pour vous accompagner dans cette démarche, nous vous proposons ce guide qui vous sera bénéfique, si vous le considérez comme une excellente occasion de faire le point de votre situation actuelle, afin d'y découvrir vos propres possibilités d'améliorations.

L'objectif de ce guide est aussi de vous aider à exercer plus efficacement vos tâches d'innovateur et à mieux en assumer les responsabilités pour surmonter les difficultés inhérentes au lancement de nouveaux produits.

[ [Haut](#) ]

---

## **Introduction**

Il est bien connu que la vente de l'idée d'un produit nouveau en tant que bien intellectuel nécessite généralement la réalisation d'un prototype qui sera présenté à l'industriel intéressé. Cependant cette approche est paradoxale car elle conduit à associer un bien matériel à la vente d'un bien immatériel. Ce caractère paradoxal est mis en évidence par le manque de définition du bien qui est à vendre. En effet cette approche n'introduisant pas de frontière entre les tâches de l'innovateur et celles de l'industriel, conduit nécessairement à ce résultat.

A ce jour, il n'existe aucun mode opératoire qui permet d'éliminer ce caractère paradoxal de la vente de bien intellectuel.

Une réflexion menée sur les propriétés que doivent présenter les outils de prospection et de vente du bien intellectuel selon une démarche marketing nous a conduit à montrer que le pré-développement de l'idée constitue une base de travail nécessaire.

Ce guide est le résultat de cette réflexion et va nous permettre d'agir de manière efficace dans notre démarche d'innovateur.

[ [Haut](#) ]

---

## Le bien intellectuel

Le bien intellectuel en rapport avec l'innovation ou le projet de produit nouveau est défini en partie par un ensemble d'éléments d'information auquel il est nécessaire de rattacher un brevet, un modèle ou un accord de confidentialité. Ces deux premiers éléments juridiques confèrent un titre de propriété à l'innovateur. Ainsi ces éléments d'information peuvent être alors transmis sans équivoque de l'innovateur vers l'industriel qui va étudier l'opportunité d'acheter les droits de propriété.

Notre approche marketing va nous renseigner sur la nature de ces éléments d'information et nous guider ensuite pour définir les outils de prospection et de vente utilisés par l'innovateur.

En premier lieu, il est évident que le point de rencontre entre l'innovateur et l'industriel se situe dans le développement de l'innovation. En analysant les [états du produit en développement](#) et les [phases du processus de développement](#) décrits dans les Techniques de l'Ingénieur au traité Conception de produits industriels, il est aisé de situer l'innovateur et l'industriel dans les régions (A) et (B) respectivement. Pour créer et transmettre les éléments d'information de A vers B on s'aperçoit que la seule possibilité est de construire le chemin défini par le pré-développement du produit (AB) afin que l'innovateur puisse communiquer avec l'industriel.

Ainsi les éléments d'information recherchés sont le pré-développement du produit (AB) qui définit en partie le bien intellectuel.

D'un autre point de vue marketing et comme nous le verrons par la suite une grande importance sera accordée au package du bien intellectuel tant dans la forme que dans le fond.

Par ailleurs s'agissant de vendre un bien intellectuel, il est intéressant aussi de noter que le coût du pré-développement (AB) constitue un prix de revient ou une borne inférieure à la valeur marchande du bien intellectuel en terme de Cash, les Royalties étant rattachées au lancement du produit (C).

Par nécessité les outils de prospection et de vente du bien intellectuel doivent

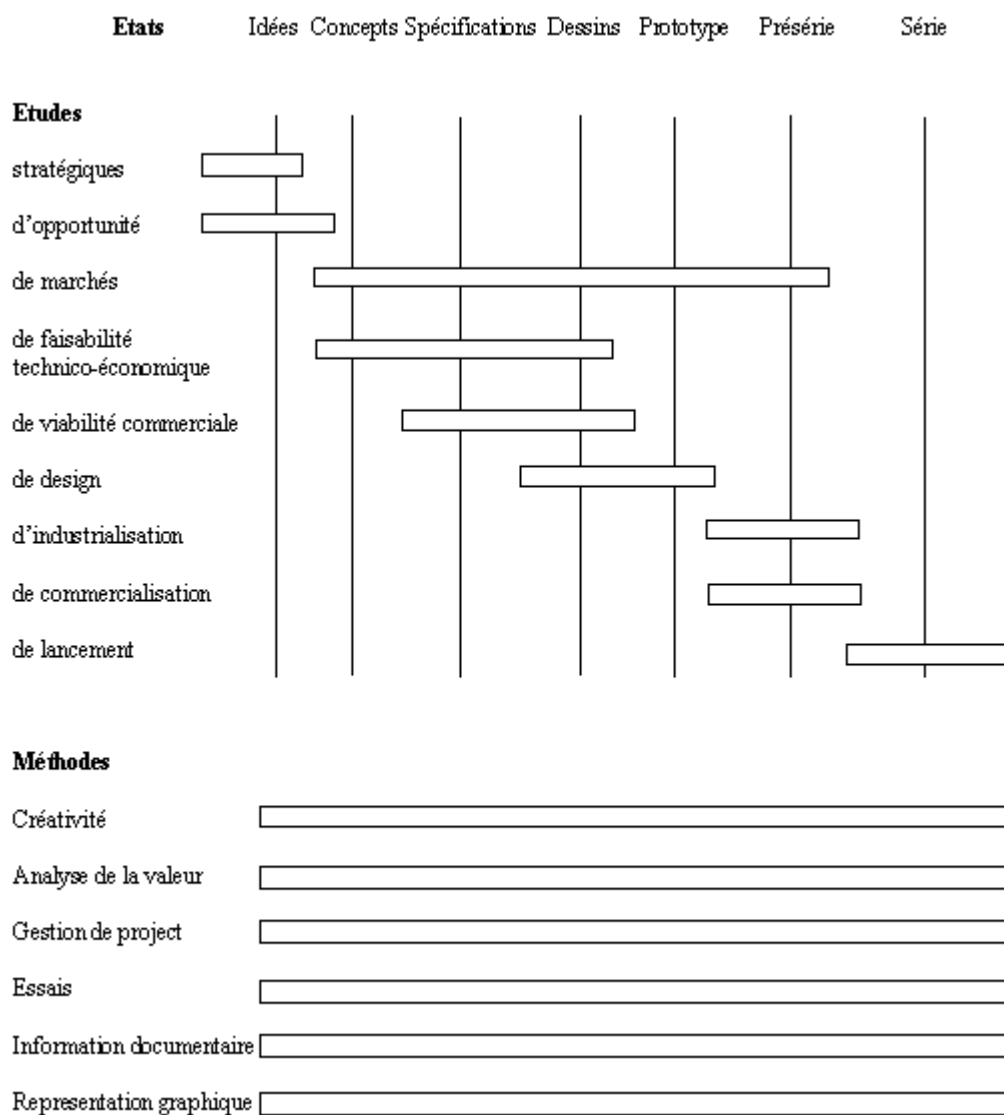
être aussi définis à partir du pré-développement . On remarque que les éléments d'informations se précisent lorsque l'on passe successivement du bien intellectuel au pré-développement puis aux outils de prospection et de vente.

En résumé notre approche marketing nous a permis d'introduire la notion complexe de bien intellectuel caractérisé par :

- le pré-développement
- le package
- le prix de revient
- les outils de prospection et de vente

[ [Haut](#) ]

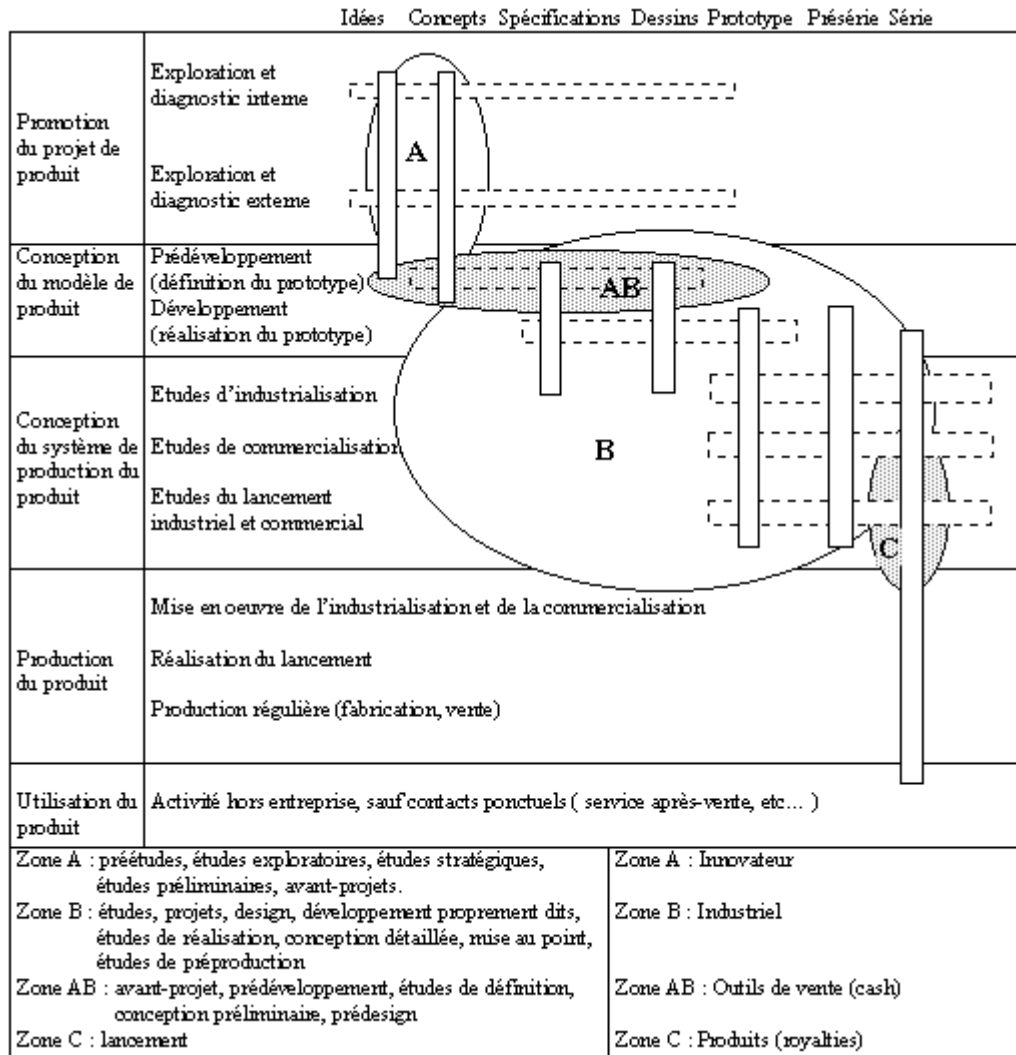
## états du produit en développement <sup>1</sup>



<sup>1</sup> Techniques de l'Ingénieur, traité Conception de Produits Industriels.  
Avec l'aimable permission de l'éditeur.

[ [Haut](#) ]

## phases du processus de développement <sup>2</sup>



<sup>2</sup> Techniques de l'Ingénieur, traité Conception de Produits Industriels.  
Avec l'aimable permission de l'éditeur.

Les notes situées dans le cadre inférieur droit ont été rajouté par nous-mêmes

[ [Haut](#) ]

## Les outils de prospection et de vente

La prospection regroupe l'ensemble des activités ayant pour but de se faire connaître des partenaires industriels potentiels, et d'entrer en contact avec eux, qu'il s'agisse d'aller les voir ou de les faire venir à soi.

Utilisés dans la première approche, les outils de prospection se composent classiquement d'une lettre d'introduction, d'une fiche profil-produit et d'un accord de confidentialité que nous définirons ultérieurement.

La vente, quant à elle, commence à partir du moment où ce contact initial est établi. Il n'y a vente, à proprement parler, qu'à partir du moment où vous êtes en face d'un partenaire industriel potentiel, et que vous essayez de le convaincre d'acheter le bien intellectuel, c'est - à - dire le projet de produit nouveau.

Comme nous l'avons vu dans l'introduction, la plus grande difficulté à ce niveau est de savoir ce que nous allons vendre. En effet, nous ne vendons pas un bien manufacturé, ni une prestation de service, encore moins une étude, mais plutôt un bien intellectuel. Aussi le pré-développement de produit s'impose naturellement comme un ensemble d'éléments d'information définissant en partie ce bien intellectuel.

A partir du pré-développement, on réalise un dossier de présentation appelé l'innova-book présenté sous la forme d'un pro-book; un dossier de communication présenté sous la forme d'un press-book lui est associé. Utilisés dans la seconde approche, les outils de vente se composent donc de l'innova-book et d'un press-book que nous définirons de manière précise ultérieurement.

[ [Haut](#) ]

---

## Les outils de prospection

*La lettre d'introduction* annonce l'existence du projet ainsi que son état d'avancement, et questionne l'industriel sur son intérêt pour développer, fabriquer et commercialiser le produit. Elle est adressée nominativement au directeur du marketing ou à défaut au dirigeant de l'entreprise.

*La fiche profil-produit* effectue le positionnement du produit sur le marché sans toutefois révéler l'innovation.

*L'accord de confidentialité* définit le cadre juridique dans lequel s'effectuent les échanges d'information et précède l'accord de coopération. L'exigence de l'accord de confidentialité invite l'industriel à s'engager moralement et nous incite à fournir des informations de qualité.

[ [Haut](#) ]

---

## La lettre d'introduction

Téléchargez un modèle de lettre d'introduction en version [française](#) ou [anglaise](#), (fichier.doc).

Monsieur,

J'ai effectué le pré-développement d'un ... nom du produit...qui est bien adapté pour le ...nom de l'application. Actuellement, je suis à la recherche d'un partenaire industriel pour développer, fabriquer et commercialiser ce produit pour lequel un brevet est en cours de procédé.

A la demande de ... nom de société..., ce projet sera présenté sous le couvert d'un accord de confidentialité.

Je vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

PJ : Fiche profil/produit

[ [Haut](#) ]

---

### La fiche profil/produit <sup>3</sup>

Téléchargez un modèle de fiche profil produit en version [française](#) ou [anglaise](#), (fichier.doc).

<b>Produit</b>	Nommer le produit selon sa fonction.
<b>Secteurs industriels</b>	Citer les secteurs industriels concernés par le produit.
<b>Principe</b>	Présenter le principe physique ou technique utilisé sans révéler l'innovation.
<b>Concurrence</b>	Enoncer les principes physiques ou techniques concurrents.
<b>Avantages</b>	Citer les avantages techniques et économiques.
<b>Applications</b>	Situer les applications du produit en procédant à la segmentation du marché.
<b>Marché potentiel</b>	Installations nouvelles et renouvellement des dispositifs existants. Nouvelles applications.
<b>Contexte économique du produit</b>	Dès lors qu'un dispositif de...à moindre coût, il y a intérêt à utiliser le système proposé.
<b>Condition générale de licence</b>	Cession ou licence exclusive d'exploitation, valeur inventive au comptant et royalties à discuter; assistance technique éventuelle (aux frais réels et forfait journalier).

<sup>3</sup> Guide pratique de l'ANCE, Comment exploiter vos idées?

JP. Quenderff. Avec l'aimable permission de l'Auteur.

[ [Haut](#) ]

---

## L'accord de confidentialité

Téléchargez l'accord de non-divulgence en version [française](#) ou [anglaise](#), (fichier.doc).

### Entre

#### d'une part

1° ' **NOM DE L'INVENTEUR** ', inventeur indépendant résident au 16, chemin de Malacher, 38240 Meylan, France, ci-dessous dénommée 'L'INVENTEUR'

#### Et d'autre part

2° La société '**NOM DE SOCIETE**', dont le siège social se trouve ..., .....  
....., France,  
représentée par l'un de ses Directeurs, **Mr. Nom du Dirigeant**  
ci-dessous dénommée '**NOM DE SOCIETE** '

toutes les deux étant dénommées dès lors : '**les Parties**'

### Préambule

**Considérant** que ' **NOM DE SOCIETE** ', est une société française spécialisée dans le développement, la fabrication et la distribution de... nom du produit... et de ses applications à l'échelle internationale, et qui est à la recherche d'opportunités qui lui permettront d'augmenter ses activités en France et à l'étranger, soit à travers des accords de coopération, soit par l'achat de brevets ou d'autres droits de propriété,

**Considérant** que des contacts ont été établis entre les deux parties et qu'un intérêt commun s'est manifesté par rapport à la possibilité d'envisager une activité commune sur un projet particulier appelé '**Nom du produit**' lequel en est au stade de pré-développement et pour lequel un brevet est en cours de procédé,

**Considérant** aussi la nécessité de protéger le droit du propriétaire et les secrets commerciaux concernés, les parties décident tout d'abord d'établir le présent Accord de Confidentialité pour permettre l'échange des informations indispensables avant de pouvoir envisager l'opportunité d'une association pour la promotion du projet '**Nom du produit**'

**Par conséquent les deux parties affirment**

**comprendre et accepter ce qui suit**

### Article 1 - Obligation de secret

1.1 Dans le but d'atteindre l'objectif établi au Préambule ci-dessus, les Parties ci-présentes sont disposées à se communiquer l'une à l'autre, certaines informations strictement confidentielles et dont la divulgation est indispensable, en particulier des informations relatives à la situation de leurs clients et/ou concurrents respectifs.

1.2 Toutes les informations ainsi transmises sont de nature confidentielle, représentant des secrets commerciaux et d'affaires et des droits de propriété, et

ces informations devront être traitées comme strictement confidentielles et utilisées seulement dans le but de réaliser l'objectif du présent accord.

1.3 Par conséquent les deux Parties s'engagent à faire respecter par leur personnel respectif, ou personnel agissant en leur nom, l'obligation de secret par rapport à toute information ou matériel auxquels ils pourraient avoir accès ou dont ils prendraient connaissance, pendant l'exercice de leurs activités relevant du présent Accord, tel personnel devra donc s'abstenir de communiquer toute information ou matériel ici référé, sous quelque forme que ce soit, à des tiers, et de s'en servir pour tout autre usage que celui exigé par la bonne réalisation de leurs obligations ici consignées. Cette stipulation s'applique en particulier à toute publicité ou divulgation destinée à n'importe quel moyen de communication et sous n'importe quelle forme, concernant la coopération envisagée ou souhaitée.

1.4 A moins d'une autorisation écrite, sous forme d'avenant au présent accord, chacune des Parties ici désignées devra garder le secret sur chacune des informations reçues en s'interdisant de la communiquer, sous quelque forme que ce soit, à des tiers, y compris à leurs clients respectifs, sauf pour les cas suivants :

- (i) dans le cas où cette information est de connaissance publique ou générale, ou dans le cas où celle-ci, après la communication dont il est question ici entre les deux parties, deviendrait de connaissance publique ou générale sans qu'il y ait eu faute de la part d'aucune des parties ici présentes, ou
- (ii) dans le cas où cette information pourra être montrée par la partie concernée comme étant légalement en sa possession avant son obtention ici présente, ou
- (iii) dans le cas où cette information est reçue ou achetée d'un tiers pour usage ou diffusion sans obligation de restreindre l'utilisation ou la divulgation par rapport à ce tiers.

1.5 La déclaration par l'une ou l'autre des Parties de ne plus vouloir s'engager, au-delà de la durée du présent Accord, ou de ne plus être intéressée par le projet, ne libérera pas chacune des Parties de l'obligation de secret à laquelle elles sont tenues par le présent Accord, en ce qui concerne les informations données. Au cas où une telle déclaration se concrétiserait, toutes les informations confidentielles fournies par L'INVENTEUR (incluant sans limitation, documents, dessins, designs et matériaux) resteront la propriété de L'INVENTEUR et lui seront retournées à sa demande sans délai avec toutes les copies; aussi NOM DE SOCIETE s'engage à ne pas exploiter de projets similaires ou comparables en tant que participant ou à part entière pendant un délai de trois (3) ans à partir de la date d'entrée en vigueur du présent Accord, sans avoir obtenu au préalable le consentement écrit de L'INVENTEUR, consentement qui ne pourra d'ailleurs pas être refusé sans raison valable.

#### **Article 2 - Calendrier et actions envisagées**

2.1 Les parties ci-présentes envisagent d'entreprendre les actions suivantes, à partir de la date d'entrée en vigueur du présent Accord : Dans une première phase, elles échangeront des informations générales et prépareront des fichiers de présentation pour permettre à NOM DE SOCIETE d'éveiller l'intérêt des clients potentiels ainsi que d'identifier leurs attentes et stratégies respectives. L'objectif en termes de temps à ce sujet est le ... (date). Dans une seconde phase, un Calendrier d'Actions sera établi en accord avec les deux Parties en ce qui concerne les différentes dispositions à mettre en place et à suivre pour établir un accord de coopération .

2.2 Sur ces conventions, et déjà sur la simple base du présent Accord, les Parties s'engagent à se tenir l'une et l'autre régulièrement et réciproquement informées en qui concerne toute évolution de clients potentiels et à prendre en considération toute éventuelle demande ou observation pouvant contribuer à leurs objectifs, et aussi à exercer le suivi et la mise à jour de tous leurs documents dûment complétés.

### **Article 3 - Non restriction de vente**

Faute de clause restrictive, rien de ce qui est contenu dans le présent Accord ne implique une restriction ou une limite quelconque de la vente des produits résultant de la vente des produits dérivés du projet, à l'intérieur de l'U.E.

### **Article 4 - Informations**

Toutes recommandations ou demandes, y compris approbations, commentaires ou raisons de désaccord, aussi bien présentées par l'une des Parties que dirigées à l'une d'entre elles par des clients, devront être établies par écrit, dûment justifiées, et, le cas échéant, mentionner des suggestions alternatives de changements ou modifications dans le but de permettre et de faciliter la poursuite des négociations.

### **Article 5 - De l'application de l'accord**

Le fait qu'à n'importe quel moment, l'une des deux Parties ci-nommées, n'aurait pas exigé l'application par l'autre Partie de n'importe quelle clause du présent accord, n'affectera pas le droit de la Partie en question d'exiger telle application à tout autre moment par la suite.

### **Article 6 - Prééminence de l'accord**

Les termes et les conditions du présent Accord forment un ensemble que les parties présentes reconnaissent comme prééminent par rapport aux engagements antérieurs écrits ou non, qui existeraient entre elles en ce qui concerne le sujet en question.

### **Article 7 - Entrée en vigueur- Modifications**

7.1 Le présent Accord prend effet dès sa signature par les représentants des deux parties pour une durée de quatre (4) mois.

7.2 Aucun changement ou modification du présent Accord ne sera contraignant pour aucune des Parties à moins qu'il ne soit établi par un avenant écrit signé par les représentants des deux Parties.

### **Article 8 - Litiges**

Tout litige ou désaccord qui interviendrait entre les Parties pendant la réalisation du présent Accord de confidentialité sera, autant que possible, directement réglé par les Représentants des Parties ou référé pour décision à leurs supérieurs respectifs. Pour tout désaccord qui subsisterait, les Représentants des deux Parties conviennent de soumettre aux Lois et Règlements en pareille matière.

**Se basant sur tout ce qui précède**, les représentants des deux parties ont établi le présent Accord en double exemplaire pour valoir ce que de droit, le .. (date).

**NOM DE SOCIETE**

**NOM DE L'INVENTEUR**

\_\_\_\_\_  
**Directeur du Marketing**

\_\_\_\_\_  
**Inventeur Indépendant**

[ [Haut](#) ]

---

## Les outils de vente

L'**innova-book** traduit de manière progressive le pré-développement du produit puis présente les applications.

Le **press-book** à travers de nombreuses illustrations et une rédaction limitée communique l'idée.

Le pro-book et le press-book présentent une reliure luxueuse afin de constituer un package dans la forme valorisant le bien intellectuel. Le package dans le fond reflète la nature non finalisée du pré-développement; on pourra alors avantageusement utiliser des illustrations pour valider le pré-développement, un papier et une police de caractère adaptée et enfin des croquis techniques plutôt que des dessins techniques.

Cette présentation naturelle et efficace du projet de produit nouveau conduit naturellement aux conséquences suivantes :

- elle développe de manière qualitative et quantitative l'idée tout en la valorisant pour sa vente.
- elle élimine les objections éventuelles de l'industriel.
- elle sépare la notion de bien intellectuel de celle de bien matériel car elle ne présente pas de prototype à l'industriel.
- elle permet à l'industriel de laisser libre cours à son imagination.
- elle permet de mesurer le degré de motivation de l'industriel.
- elle conduit l'industriel à participer activement au développement du produit en réalisant le prototype qui est l'étape logique après le pré-développement.
- elle permet à l'industriel de pouvoir revendiquer une part de la paternité du produit afin qu'il ne devienne pas un simple exécutant.
- elle apporte une crédibilité professionnelle à notre démarche commerciale.
- elle permet de donner à l'industriel sans qu'il en fasse l'effort tous les éléments nécessaires à une prise de décision rapide en rapport avec notre attente fixée à 4 mois maximum.
- elle est en rapport avec l'exigence de l'accord de confidentialité.
- elle protège l'idée en la valorisant.

La constitution des outils de vente nécessite l'exploitation de sources d'informations scientifiques, techniques et commerciales. On pourra avantageusement consulter :

La Bibliothèque Interuniversitaire, la Bibliothèque Municipale, la Chambre de Commerce et d'Industrie, les industriels potentiels, les distributeurs, les fournisseurs (composants et matières premières ) et les sous-traitants.

Toutes ces informations feront l'objet du classement suivant :

Scientifique : Articles de compréhension, ... Technique : Composants, procédés de fabrication,...

Economique : Coûts des composants et de la sous-traitance,...

Commerciale : Prix des produits concurrents, marchés, ...

[ [Haut](#) ]

---

## **L'Innova-book**

L'innova-book contient les fichiers suivants :

### **Présentation**

- Titre
- Sommaire

### **Idée**

- Préface
- Technologie & Marketing
- Fiche profil-produit

### **Concept**

- Principe de fonctionnement

### **Spécifications / Dessins**

- Ingénierie
- Schéma du dispositif
- Schéma de la pièce maîtresse
- Procédé de fabrication
- Coût de fabrication estimé
- Validation des Technologies & Matériaux utilisés, (illustrations)
- Références
- Recherche d'antériorité
- Design du dispositif en vue éclatée
- Applications
- Design du dispositif dans une 1ère application
- Design du dispositif dans une 2nde application
- Développement supplémentaire
- Ressources pour le développement du produit

[ [Haut](#) ]

---

## **Le press-book**

Le press-book contient les fichiers de présentation suivants :

### **Une description dactylographiée :**

- Technologie & Marketing
- Fiche profil-produit
- Principe de fonctionnement
- Ingénierie

### **Des dessins exécutés par un designer :**

- Design du dispositif en vue éclatée

- Design du dispositif dans une 1ère application
- Design du dispositif dans une 2nde application
- etc..

**Une validation des matériaux et technologies utilisés (illustrations) :**

- Une copie couleur d'un 1er dispositif existant et fonctionnant dans un environner comparable
- Une copie couleur d'un 2nd dispositif existant et fonctionnant dans un environne comparable
- etc ...
- Une copie couleur d'une 1ère technologie utilisée dans un environnement compa
- Une copie couleur d'une 2nde technologie utilisée dans un environnement comparable
- Un échantillon réel d'une 3ème technologie dans le cas où elle n'existe pas dans l'environnement comparable
- etc ...

L'objectif des fichiers de présentation est de passer progressivement de l'idée à la définition du prototype.

[ [Haut](#) ]

---

## L'entraînement pratique

La lettre d'introduction et la fiche profil-produit doivent être envoyées à des entrep ciblées. Les aspects intérieurs / extérieurs de l'entreprise ciblée sont ceux qui lui permettent de développer, fabriquer et commercialiser le produit soit :

Le secteur d'activité	Le marché
Les matériaux utilisés	Le chiffre d'affaire
Les technologies utilisées	L'investissement en R & D
Les implantations	

Evitez les entreprises qui utiliseront votre proposition pour présenter une demande d'aide financière à l'innovation. En effet le mode de financement normal et souhait du développement de produit nouveau est l'autofinancement dégagé par l'activité courante de l'entreprise. De manière générale contactez les entreprises dont l'effectif supérieur à 80 et 250 salariés respectivement dans le domaine de la haute technolo et dans les secteurs plus traditionnels.

Ne contactez pas le leader mais plutôt ses concurrents car ils sont plus opportunist volontaires.

La recherche d'industriels doit s'effectuer de manière efficace et non désordonnée, - à - dire qu'elle doit permettre l'obtention d'un maximum d'informations en un minimum de temps et de coût.

Dans un secteur d'activité donné :

Recherchez d'abord un événement professionnel tel qu'un salon où seront exposés

produits par les fabricants correspondants puis procurez- vous le guide des exposants soit en l'achetant, soit en le consultant à la CCI.

Lisez la presse écrite spécialisée des douze derniers mois et utilisez le service lecteur pour les demandes de documentations.

Utilisez le réseau internet en paramétrant les robots de recherche francophones et anglo-saxons à l'aide de mots clés relatifs à votre innovation. Consultez aussi les guides spécialisés tels que [Thomas Register](#), Le [Kompass](#) et [Les Pages Pro](#). Complétez les informations précédentes en contactant les distributeurs des produits.

Cette première approche s'effectue autour du directeur de marketing car il apporte une dimension marketing au pré-développement de produit nouveau que vous proposez. Les informations qu'il vous donnera sur le marché seront précieuses et fiables et compléteront de manière avantageuse l'innova-book. Ne retenez que les informations qualitatives car celles qui sont de nature quantitatives introduisent nécessairement une limite.

Ne jamais contacter le directeur technique ou le directeur de la recherche et développement car il représente une continuité technique de votre proposition. Il peut arriver qu'une rencontre avec ce responsable puisse vous apporter un élément mineur d'une solution auquel vous n'avez pas pensé.

On utilisera le fax et le courrier électronique pour l'envoi de la lettre d'introduction et de la fiche profil-produit. Un site web rassemblera ces deux outils de prospection et sera référencé sur les robots de recherche francophone et anglo-saxons à l'aide de mots clés relatifs à votre invention.

Considérez aussi l'opportunité d'insérer une publicité dans la presse écrite spécialisée en soumettant vos idées et dessins. Vous trouverez un exemple dans la section [Designer's Corner](#) de la revue [Design News Magazine](#).

-----

Si l'industriel vous appelle, envoyez lui l'accord de confidentialité par fax, prenez rendez - vous et déposez à l'Institut National de la Propriété Industrielle ( [INPI](#) ) [une enveloppe Soleau](#) contenant 7 feuilles des éléments d'information les plus importants de l'innova-book.

Signez ensuite l'accord de confidentialité ensemble puis présentez le press-book.

Le press-book dont le premier feuillet aborde de manière générale le sujet doit être de type eurêka de chez Panodia. Présentez avec humilité le produit en commentant largement les éléments d'information contenus dans le press-book. Utilisez la force du silence pour laisser parler l'industriel afin de recueillir ses réactions ; cela vous donnera une indication sur la perception qu'il a de votre projet.

Posez de bonnes questions ouvertes afin d'obtenir de votre interlocuteur des informations sur sa situation, ses problèmes, ses désirs, son savoir, son opinion, sa ' vision', et ses besoins. Par exemple, de telles questions seraient :

Quelles sont les caractéristiques que vous attendez d'un tel produit ?

Quels résultats concrets attendez-vous de ... ?

A quelles solutions avez-vous pensé ?

Comment allez-vous mettre en place le programme de développement ?

Comment voyez-vous notre future collaboration ?  
Comment puis-je vous aider ?

Ecoutez activement et notez soigneusement les réponses.  
Incitez votre interlocuteur à l'action. La valeur d'une innovation se mesure par la perception du changement de comportement de l'industriel.

Si l'industriel est intéressé, faire dater et signer chaque page d'une photocopie de l'innova - book que vous conserverez. A la suite remettez-lui l'innova-book puis parcourez-le ensemble.

L'innova-book dont la première page contient le nom de l'entreprise et son logo en couleur, doit être présenté dans un porte-tarif luxueux de type pro-book de chez Panodia afin de le valoriser. Il est prématuré à ce niveau d'engager une pleine discussion sur les valeurs du Cash et des Royalties du contrat.

Après le délai de deux mois sans motivation de l'industriel, demandez le retour de l'innova-book. En cas d'accord, demandez une confirmation par courrier ou par fax après un délai supplémentaire signez un contrat défini par les deux parties et rédigez un ingénieur conseil en brevet.

-----  
La négociation concerne de manière générale quatre termes liés à la vente du bien intellectuel et qui sont les suivants :

**Cash**

**Assistance technique**

**Royalties**

**Transfert de technologie**

L'assistance technique se situe pendant le développement du produit alors que le transfert de technologie intervient après.

Négociez d'abord globalement puis séparément chacun de ces termes. La rédaction du contrat doit être réalisée par un ingénieur conseil en brevet.

Cherchez à céder le brevet plutôt qu'à concéder une licence d'exploitation, cela vous évitera de gérer un portefeuille de brevet et les frais qui lui sont associés.

---

**[haut]**

---

Copyright © par *Mahi Consultant* 1995 - 2006. Tous droits réservés.

---