

## Augmenter vos ventes par le *licensing*

Par Diane Bellavance

La globalisation et l'ouverture des marchés internationaux entraînent une augmentation du commerce à l'échelle de la planète et une plus grande compétition entre les entreprises. Il est de plus en plus difficile pour les entreprises de suivre le processus traditionnel qui consiste à développer des produits, à les fabriquer et à les distribuer.

Le *licensing* est une façon différente du processus traditionnel de vendre ses produits. Le *licensing* est essentiellement un droit consenti à un tiers de fabriquer, d'améliorer et de vendre un produit ou une technologie dans un territoire donné. Le *Licensing* est parfois accompagné d'une alliance stratégique pour le développement et l'amélioration du produit ou de la technologie consentie sous licence.

Le *licensing* est une stratégie de commercialisation qui comporte de nombreux avantages pour les entreprises tels que la réduction des coûts de distribution; une mise en marché plus rapide du produit ou de la technologie dans un plus grand marché; l'amélioration continue d'un produit par le propriétaire et ses licenciés; l'ouverture de marchés additionnels qui seraient autrement des marchés difficiles à intégrer et la connaissance continue des développements et nouveautés dans le marché de l'entreprise par le biais de ses licenciés.

Les principaux points que doit contenir une entente de licence sont :

- la définition du produit ou de la technologie qui fera l'objet du droit de licence ainsi que les brevets, droits d'auteur et marques de commerce qui accompagnent le produit ou la technologie;
- la notion d'exclusivité;
- les sous-licences;
- le territoire;
- la rémunération via des redevances;
- les quotas de ventes;
- la propriété des améliorations et des développements apportés aux produits ou à la technologie;
- les représentations et garanties du licencié;
- l'utilisation des brevets, droits d'auteur ou marques de commerce;
- le support technique;
- les dispositions quant à la confidentialité, la non-concurrence et la non-sollicitation;

- la protection et la propriété des droits de propriété intellectuelle ainsi que les clauses relatives à la violation de ceux-ci;
- les clauses de résiliation de la convention de licence;
- la loi applicable.

Le choix des licenciés est l'élément déterminant dans la réussite d'un programme de *licensing*; trouver le bon partenaire est un des principaux éléments de succès. Le licencié doit avoir les compétences et les infrastructures nécessaires pour utiliser la technologie ou le produit de manière efficace et en faire une bonne mise en marché. L'entreprise doit rechercher un partenaire qui a des méthodes fiables pour manufacturer adéquatement le produit. Le licencié doit être bien implanté dans le territoire couvert par la licence. La taille de l'entreprise, le marché desservi, les installations, le nombre d'employés, les produits distribués par le licencié, la profitabilité du licencié et sa réputation sont tous des facteurs qui doivent être examinés dans le processus de sélection.

Il est également possible de compléter le tout par un programme de « *licensing-in* », c'est-à-dire obtenir d'une tierce partie des droits de licence pour une technologie ou un produit complémentaire à celui de l'entreprise. Ceci permet dans bien des



LAVERY, DE BILLY

AVOCATS

Diane Bellavance est membre  
du Barreau du Québec depuis  
1988 et se spécialise en droit  
de la propriété intellectuelle et  
divertissement

cas d'améliorer la technologie ou le produit de l'entreprise, de favoriser la croissance de l'entreprise ainsi que de diminuer les coûts de recherche et développement des produits ou de la technologie existante ainsi de favoriser la création de nouveaux produits ou nouvelles technologies.

Il est primordial que, dans le cadre d'un programme de *licensing*, l'entreprise s'assure de bien protéger tous les droits de propriété intellectuelle qui peuvent faire l'objet du droit de licence. La protection en vertu des lois sur la propriété intellectuelle confère à l'entreprise l'usage exclusif de sa technologie, de ses marques de commerce et de ses innovations.

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à communiquer avec M<sup>c</sup> Diane Bellavance du cabinet Lavery, de Billy au (514) 877-2907 ou [dbellava@lavery.qc.ca](mailto:dbellava@lavery.qc.ca).

Nous vous invitons à visiter notre site web [www.laverydebilly.com](http://www.laverydebilly.com).

## Vous pouvez communiquer avec les membres suivants du groupe du Droit de la propriété intellectuelle et divertissement pour toute question relative à ce bulletin.

### à nos bureaux de Montréal

Diane Bellavance  
Patrick Buchholz  
David Eramian  
Lisa Miller  
Johanne L. Rémillard  
Ian Rose  
Martine Tremblay

### à nos bureaux de Québec:

Martin J. Edwards  
Laurier Gauthier  
Simon Lemay  
Louis Rochette  
Jean-Pierre Roy  
Kim Thomassin  
François Vallières

### à nos bureaux de Laval

André B. Gobeille

#### Montréal

Bureau 4000  
1, Place Ville Marie  
Montréal (Québec)  
H3B 4M4

Téléphone :  
(514) 871-1522  
Télécopieur :  
(514) 871-8977

#### Québec

Bureau 500  
925, chemin Saint-Louis  
Québec (Québec)  
G1S 1C1

Téléphone :  
(418) 688-5000  
Télécopieur :  
(418) 688-3458

#### Laval

Bureau 500  
3080, boul. Le Carrefour  
Laval (Québec)  
H7T 2R5

Téléphone :  
(450) 978-8100  
Télécopieur :  
(450) 978-8111

#### Ottawa

Bureau 1810  
360, rue Albert  
Ottawa (Ontario)  
K1R 7X7

Téléphone :  
(613) 594-4936  
Télécopieur :  
(613) 594-8783

#### Cabinet associé

Blake, Cassels &  
Graydon LLP  
Toronto  
Calgary  
Vancouver  
Londres  
Pékin

#### Site Web

[www.laverydebilly.com](http://www.laverydebilly.com)

Droit de reproduction réservé. Ce bulletin destiné à notre clientèle fournit des commentaires généraux sur les développements récents du droit. Les textes ne constituent pas un avis juridique. Les lecteurs ne devraient pas agir sur la seule foi des informations qui y sont contenues.



# LAVERY, DE BILLY

AVOCATS