



**PROTECTION DE L'INFORMATION STRATEGIQUE AU SEIN DES  
ENTREPRISES**

**Par**

**Breima Bazongo,**

**Chef du Département de la Promotion de la Créativité et de  
l'Innovation/CNPI-OAPI**

**Ouagadougou, le 12 Juillet 2021**





# Plan



**Enjeux des entreprises face à la concurrence et importance de l'information**



**Quels types d'informations: stratégiques ou non**



**Atteintes à l'information stratégique**



**Quels moyens de protection**



# **Enjeux des entreprises face à la concurrence et importance de l'information**

➔ Contexte d'une économie mondialisée marquée par une radicalisation de la concurrence internationale,

➔ La bonne santé des entreprises repose sur leur compétitivité.

➔ La protection des savoir-faire et des informations devient un enjeu crucial pour assurer la pérennité de son activité.

➔ Engager une démarche de sécurité économique devient indispensable,

➔ Une entreprise ***quelle que soit sa taille, quel que soit son secteur d'activité***, peut être la cible d'une atteinte destinée à ***s'approprier ses avantages concurrentiels***, à la ***déstabiliser*** et à l'***affaiblir***.

➔ Mise donc en place des méthodes d'IE

➔ Comment utiliser l'information afin de développer sa compétitivité et sa performance?

➔ Quelle stratégie adopter? Offensive ou défensive?



## **Stratégie offensive ou lobbying**

- permet d'imposer des normes et de faciliter la commercialisation de ses produits et services.

## **Stratégie défensive**

- permet à l'entreprise de protéger ses informations et ses produits et de faire face au détournement de son image
- car le risque de fuite de l'information lui est fatal.
- Inclue également la protection de son produit contre la contrefaçon ou la copie
- *Gérer et protéger cette information constitue un enjeu. Mais quelles informations les entreprises doivent-elles protéger et comment s'y prendre*



**Quels types d'informations protégées ? Stratégiques ou non ?**



# Information critique

- ➔ Information nécessaire à la réalisation des objectifs de l'entreprise, peu importe que ces objectifs soient stratégiques ou opérationnels.
- ➔ Elle peut être stratégique, mais le plus souvent elle ne l'est pas. Elle peut être confidentielle, mais elle est le plus fréquemment publique.
- ➔ **Exemple:** connaissance des règles applicables en matière d'importation au Burkina Faso

# Information stratégique

- qui permet la réalisation d'objectifs stratégiques, c'est-à-dire qui sont déterminants pour le développement et la pérennité de l'entreprise,
- Exemple: Une information de type "marché" peut être stratégique en ce qu'elle peut participer d'une prise de décision d'investissement,
- Mais n'est pas toujours critique dans la mesure où la décision d'investir peut reposer sur d'autres informations ou être prise sans cette information
- Informations stratégiques pour une entreprise ne sont donc pas naturellement stratégiques pour les autres. → sont en fonction de leur utilisation.
- Par contre l'entreprise dispose sans doute d'un certain nombre d'informations qui lui paraissent anodines mais qui pourraient s'avérer stratégiques pour d'autres acteurs.





# **Les atteintes à l'information stratégique**

→ Certaines informations peuvent être obtenues de façon légale et d'autres illégalement

→ informations obtenues légalement sont généralement publiques. Leur connaissance par la concurrence ne présente pas un risque important pour l'entreprise

→ les informations obtenues illégalement sont des informations privées que l'entreprise ne souhaite pas divulguer essentielles pour sa pérennité

→ Si ces infos sont connues par la concurrence → gros risque pour l'avenir de l'entreprise.

Types  
d'informations

- **R&D,**
- **taux d'innovation,**
- **savoir-faire technologique,**
- **contenus d'offres commerciales,**
- **fichiers clients**
- **Etc.**

Atteintes au système  
d'information

Déstabiliser l'entreprise  
Prendre des informations  
stratégiques

Atteinte à l'image et à  
la réputation

dénigrement de sa marque  
Diffamation d'un dirigeant.

Utilisation de la marque sans autorisation  
Faux avis mis de consommateur mis en ligne par une  
entreprise  
Dénigrement et la diffusion de fausses infos  
Divulgarion d'informations personnes sur les clients ou  
dirigeants d'entreprises  
Diffamation et injures

Atteinte au capital

Entreprise victime d'une OPA  
hostile



**Quels moyens de protection ?**

# Par le droit de la protection Intellectuelle

## Rappel

- bon nombre de connaissances sont produites par l'entreprise: les procédés et secrets de fabrication, le savoir-faire, les procédures internes, les bases de données et systèmes d'informations, la notoriété et les réseaux, etc.
- ces informations sont des éléments qui génèrent de la valeur dans une entreprise:
- Bien identifier ce patrimoine immatériel et le convertir en actif de propriété intellectuelle,

## RÉSULTATS DE R&D

- Études techniques
- Plans de conception
- Cahiers des charges
- Logiciels
- Documentations
- Études commerciales
- Designs, graphismes
- Produits, procédés, plans de production
- Etc.



## ACTIFS DE PI

- Droits d'auteur
- Protection des bases de données
- Brevets
- Marques, noms de domaine
- Savoir-faire : procédures internes (confidentialité, marquage de documents, etc.)
- Contrats
- Dessins et modèles
- Etc.

## Protéger son patrimoine immatériel par des TPI c'est :

- obtenir le droit exclusif d'exploiter un produit, un nom commercial, un procédé de fabrication ou encore une technologie
- Pouvoir étendre ce droit exclusif d'exploitation à plusieurs pays, en fonction de la stratégie de l'entreprise ;

le portefeuille de titres de propriété industrielle est un actif immatériel pris en compte dans le calcul de la valeur de l'entreprise (ex. : en cas de cession d'une branche d'activité)

- Ces actifs immatériels valorisables peuvent générer des ressources : cession d'un brevet ou concession des licences de marque en contrepartie de revenus.
- lutter au mieux contre la contrefaçon

## Pour ce faire

- Surveiller ses brevets, ses dessins et modèles industriels, ses marques par une veille technologique et concurrentielle pour s'assurer que personne n'utilise sans autorisation (**publication et presse spécialisée, salons professionnels, sites Internet, bases de données sur les titres de propriété industrielles, etc.**)
- Chercher à repérer le plus en amont les signaux de la contrefaçon (**baisse de l'activité par la perte de marchés, dégradation inexplicquée de la notoriété, etc.**).
- Mettre en place des mesures de protection (**inclure des clauses particulières dans le contrat de travail des salariés, mise en place d'un système de sécurité, d'une charte de la confidentialité, formation du personnel à la propriété industrielle...**)





Bien gérer ses droits de propriété industrielle (**suivre les délais auxquels les titres sont soumis, renouveler ses marques et noms de domaines**)

→ Surveiller les titulaires de licence afin d'éviter tout manquement de leur part

→ Avoir recours au service des Douanes afin d'identifier d'éventuels contrefacteurs

# Protection par la concurrence déloyale

## Point commun d'actes déloyaux

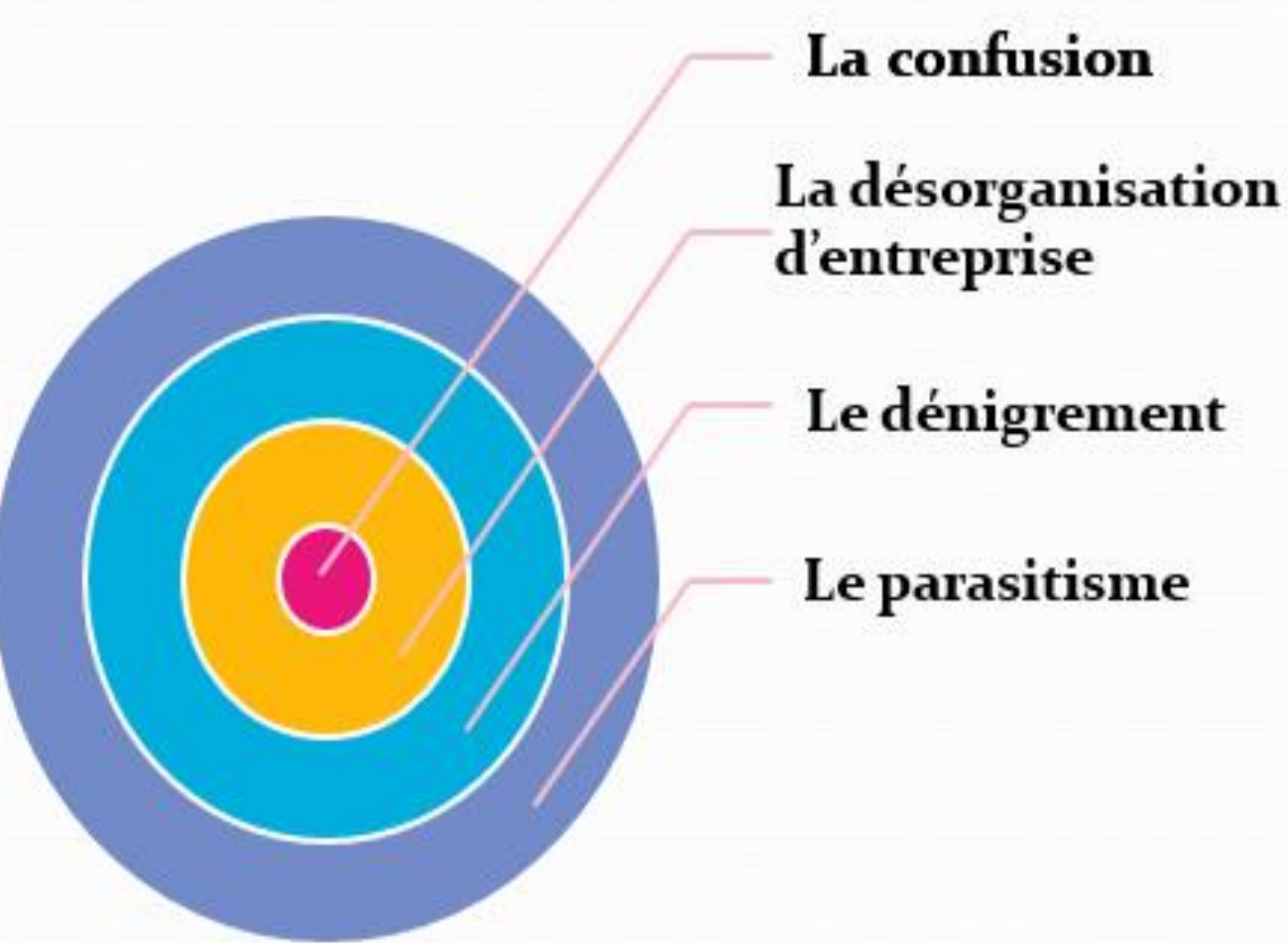
→ l'intention (d'un chef d'entreprise) de **réussir** sur le **marché** sans compter **sur ses propres acquis en termes de qualité et de prix de ses produits et services**, mais **en profitant indûment du travail d'un autre concurrent** ou en **influençant la demande des consommateurs** par **des allégations fausses et trompeuses**,

→ **le fait pour un concurrent de copier le conditionnement de la marque MOULINEX en reprenant le mêmes couleurs et les mêmes graphismes en dehors de tout impératif technique**

→ **Une déclaration mensongère selon laquelle un concurrent serait sur le point de faire faillite,**

→ **il faut donc protéger l'honnête homme d'affaires, le consommateur et préserver la concurrence dans l'intérêt de tous.**





# protection par le secret

L'article **39.2** de l'Accord sur les ADPIC parle de Renseignements non divulgués: « des renseignements secrets, qui ont une valeur commerciale parce qu'ils sont secrets et qui font l'objet de dispositions raisonnables, compte-tenu des circonstances, destinées à les garder secrets.

Des renseignements sont secrets si, « dans leur globalité ou dans la configuration et l'assemblage exacts de leurs éléments, ils ne sont pas généralement connus de personnes appartenant aux milieux qui s'occupent normalement du genre de renseignements en question ou ne leur sont pas aisément accessibles »:

## **Le secret est différent de la confidentialité:**

**Confidentialité:** informations communiquées, mais pour lesquelles on demande à celui qui les reçoit de ne pas les divulguer ou d'en faire un usage restreint

Une information confidentielle suppose d'abord qu'elle soit tenue secrète.

Lors de sa communication, on demandera la confidentialité

**Un accord de confidentialité** doit être signé le plus en amont possible avant tout échange significatif portant sur des informations sensibles.



## **Quelques règles de bonnes conduites**

Toute entreprise est exposée au risque de perte ou de détournement d'informations : vols de supports informatiques, interception de communications, manipulation de salariés...

La protection des informations sensibles doit être une préoccupation de l'ensemble des acteurs impliqués dans l'entreprise (collaborateurs, cadres dirigeants, membres des organes sociaux...).

➔ **Informations techniques et technico-commerciales** : méthodes de conception, savoir-faire, projet architectural, solutions innovantes, designs, algorithmes et logiciels, plans, prototypes, données d'évaluation de fournisseurs, solutions spécifiques pour répondre à un cahier des charges, etc.

➔ **Informations commerciales** : fichiers clients, fichiers fournisseurs, plans marketing, canaux et méthodes de distribution, résultats d'enquêtes marketing et d'évaluation de produits.

➔ **Informations stratégiques et organisationnelles** : méthodes et organisations propres à l'entreprise, projets de recrutement, synthèses résultant de la veille stratégique et technologique.

NB: les informations ne sont pas toutes confidentielles. Pour celles qui le sont, apposer la mention « **confidentielle** »

## *Ménager une preuve de la détention des informations et de leur date : les « dépôts privés »*

**Lorsque les informations techniques sont jugées spécialement précieuses ou stratégiques pour l'entreprise:**

- ✓ constituer un dossier contenant la description de ces éléments,
- ✓ faire un « dépôt privé », c'est-à-dire un dépôt non réglementé de données.

Ces formalités ne procurent aucun droit ni monopole, mais permettent de prouver qu'à la « date certaine » du dépôt, l'entreprise détenait bien les informations pour l'établissement de la preuve de l'antériorité.

*Celui qui peut prouver la détention antérieure se place dans une position plus favorable dans le cadre d'un litige : action en concurrence déloyale ou en manquement à un engagement de confidentialité*



**Dénigrement** ou **Pas** ?





**JE VOUS REMERCIE DE  
VOTRE ATTENTION**

**[bazongojo@yahoo.fr](mailto:bazongojo@yahoo.fr)**

**71 80 21 01 / 76 01 62 57**

