

L'ANPRI ET LE PROCESSUS DE VALORISATION DES RESULTATS DE LA RECHERCHE

1



Agence Nationale de Promotion
de la recherche et de l'Innovation

**Jaouhar Mouïne &
Bahri Rezig**

PLAN

2

- L'ANPRI
- La valorisation
- La recherche en partenariat
- Le BUTT

MISSIONS DE L'ANPRI

3

- Promotion de la Recherche Partenariale
- Appui pour l'exécution des Projets de Recherche dans le cadre de partenariat avec les entreprises
- Assistance des structures publiques de Recherche dans la protection de la PI, la Valorisation et le Transfert Technologiques (VTT),
- Expertise de l'opportunité de financement de la protection,
- Expertise des dossiers d'acquisition, maintenance et exploitation des Equipements Scientifiques Lourds (ESL),
- Inter médiation et Transactions en matière de Coopération internationale entre R&D et production,
- Promotion de la culture de l'innovation et diffusion des programmes de VTT

PROGRAMME PRESIDENTIEL

4

- **17: LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET TECHNOLOGIQUE COMME SUPPORT DE LA NOUVELLE ECONOMIE**
- **17.6: Elaborer pour chaque secteur un plan destiné à valoriser les résultats de la recherche scientifique et à encourager la compétition dans ce domaine ;**

À travers :

- Le partenariat entre les structures de recherche, les écoles d'ingénieurs, les centres techniques et les entreprises économiques.
- L'instauration d'une nouvelle catégorie de projets issus des recherches technologiques et de développement, en coordination avec l'agence nationale de promotion de la recherche scientifique et de l'innovation.
- La mise en place de « bureaux de transfert technologique » au sein des universités.

PROBLEMATIQUE

5

- Le constat d'ensemble montre que les inventions et les nouveaux savoirs découlant de la recherche universitaire se transforment **trop rarement**, faute de **ressources suffisantes** ou de **mécanismes appropriés**, en applications concrètes ou commercialisables.

DEFINITION DE LA VALORISATION

- Il n'existe pas de consensus sur la définition de la valorisation. Bien que cette expression soit largement utilisée, il semble qu'elle n'ait jamais été clairement définie et qu'on ne soit pas encore parvenu à lui donner un sens universel.
- La littérature sur le sujet souligne la pluralité du sens de la valorisation et le fait que la notion de valorisation recouvre souvent des réalités fort différentes, parfois même contradictoires.

CONSTAT

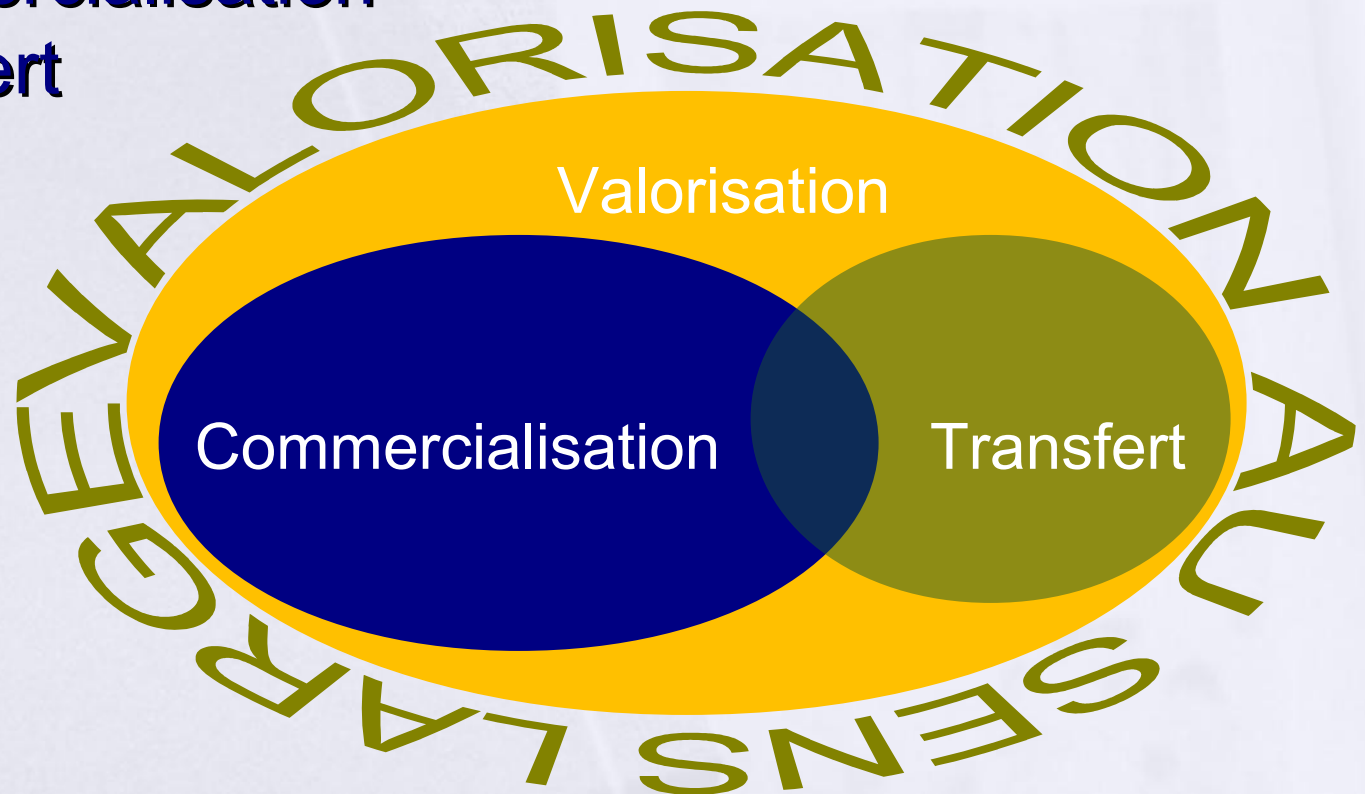
7

- **La valorisation n'est pas un processus automatique : elle doit être organisée et faire l'objet de politiques et d'actions concertées et préméditées.**

SYNTHESE DES SENS DE LA VALORISATION

8

- Valorisation
- Commercialisation
- Transfert



SYNTHESE DES SENS DE LA VALORISATION

9

- **La valorisation à visée non marchande**
 - Les publications et les communications scientifiques
 - L'intégration dans le milieu socioéconomique de pratiques, méthodes, approches ou interventions nouvelles ou améliorées
- **La commercialisation excluant le transfert**
 - La valorisation commerciale de la propriété intellectuelle et de l'expertise des chercheurs universitaires
- **Le transfert technologique**
 - Transfert du savoir et du savoir-être
 - Transfert à l'industrie des découvertes et des inventions résultant de la recherche; le transfert d'un produit, ainsi que le transfert de connaissances et de compétences en vue de son utilisation et de son application

LE TRANSFERT TECHNOLOGIQUE

10

- Le processus de transfert technologique comporte les principales étapes suivantes, qui ne suivent pas toujours un cheminement linéaire :
 - Détection ou repérage des découvertes ou des inventions présentant un potentiel commercial.
 - Evaluation des inventions (étude de faisabilité technico-économique) et étude du marché (national et international).
 - Mise au point et démonstration (prototypage, essai, développement technique, validation, etc.).
 - Elaboration d'une stratégie de valorisation (planification de la démarche, des ressources requises et du calendrier de réalisation).
 - Protection de la propriété intellectuelle (dépôt des demandes de brevets et gestion de la PI).
 - Choix des modes de commercialisation (octroi d'une licence d'exploitation, création d'une entreprise).
 - Suivi du projet (gestion des redevances ou du capital-actions).

LA RECHERCHE EN PARTENARIAT

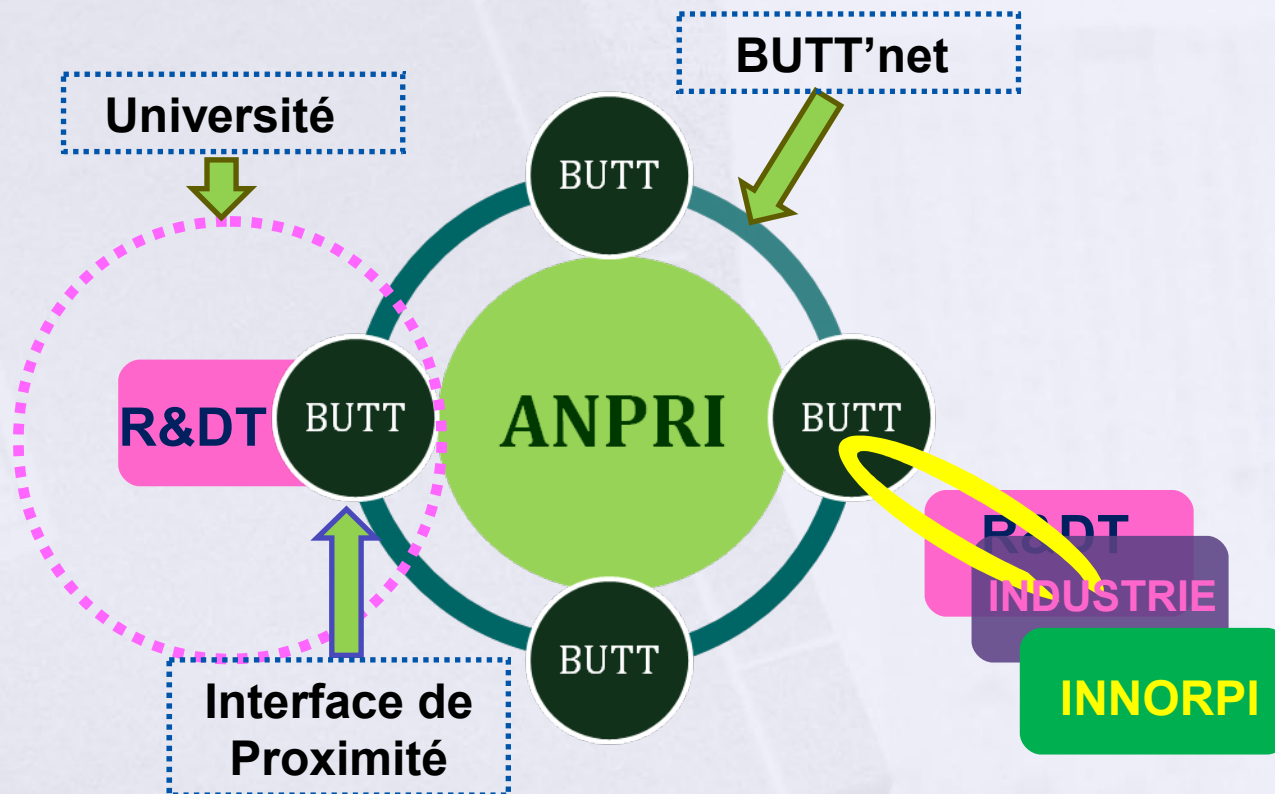
11

- La recherche en partenariat nécessite d'être très vigilant:
 - à circonscrire le savoir qui est transféré à un partenaire.
 - aux aspects juridiques de l'entente établie.
 - aux lois concernant l'utilisation des établissements publics.
 - aux lois concernant le personnel des universités et les chercheurs.
 - à la possibilité de diffuser et d'échanger les connaissances pour le bénéfice de la collectivité.

LE BUREAU DE TRANSFERT TECHNOLOGIQUE

12

- L'université est la profondeur stratégique du BUTT. Toutefois il est directement porté par un de ses établissements ayant la tradition d'ouverture sur l'environnement la mieux établie.



LE BUREAU DE TRANSFERT TECHNOLOGIQUE

13

- **Information**
- **Communication**
- **Valorisation**
- **Protection de la PI**
- **Transfert**
- **Relations et réseautage**

The background of the slide features a faint, light blue image of a traditional Chinese scroll. The scroll is partially unrolled, revealing vertical columns of Chinese calligraphy in a cursive style. The text on the scroll is not legible due to the low contrast and fading.

**Merci pour votre
attention**