

Commercialisation technologique - Les options offertes aux chercheurs

1.0 Introduction

Du point de vue des chercheurs universitaires, le transfert technologique désigne le mouvement des connaissances depuis et vers les centres de recherches. Pour certains, cela signifie l'échange, le prêt ou la vente de matériel biologique afin de suivre une piste de recherches en particulier. Pour d'autres, cela signifie l'achat ou l'exploitation sous licence d'une découverte par un utilisateur final commercial telle une société d'ingénierie qui, grâce à la licence d'exploitation d'une composante électronique ou d'un logiciel de commande, peut accroître, faire progresser ou améliorer ses affaires et devenir plus concurrentielle sur le marché. En Amérique du Nord, un important secteur d'activités s'est développé autour des aspects commerciaux du transfert technologique. Ce secteur est de plus en plus couramment désigné par l'expression " commercialisation technologique ", ce qui permet de distinguer le côté commercial du côté non commercial de l'échange du matériel et de l'information associé à la recherche scientifique.

Dans la plupart des universités nord-américaines, là où se fait le plus de découvertes, il existe un bureau responsable des aspects commerciaux et non commerciaux du transfert technologique. Ce bureau, qu'il soit appelé bureau de transfert technologique, bureau de liaison avec l'industrie ou bureau de services de recherches, offre un type particulier ou une gamme complète de services reliés à la commercialisation technologique - évaluation, protection des droits de propriété intellectuelle, développement, négociation, vente, cession de licences, création d'entreprises ou autres options de commercialisation. Ce bureau s'occupe également des aspects non commerciaux du transfert technologique comme la passation de contrats de développement de produits et la conclusion d'ententes de transfert de matériel. En s'appuyant sur la politique de protection des droits de propriété intellectuelle propre à leur établissement, les membres de ce bureau donnent à l'inventeur des conseils quant aux procédures à suivre, lui font connaître ses droits et responsabilités et l'informent des avantages auxquels il peut s'attendre. Cette politique varie d'un établissement à l'autre.

Un certain nombre d'options s'offrent à l'inventeur ou au chercheur universitaire qui, pour commercialiser sa découverte, fait appel au bureau de transfert technologique de son établissement ou à un organisme externe approuvé en vertu d'une politique de protection des droits de propriété intellectuelle. Les inventeurs indépendants, ceux qui ne sont pas affiliés à un établissement post-secondaire, peuvent décider de se charger eux-mêmes de la démarche de commercialisation en supportant tous les coûts s'y rattachant et en négociant leurs propres licences ou ententes. D'autres inventeurs peuvent choisir de demander à une société offrant des services professionnels de commercialisation technologique de s'occuper de la démarche de commercialisation et lui offrir en contrepartie une part des recettes ou un pourcentage de l'entreprise émergente. Chaque option a ses avantages et ses enjeux; le choix fait par l'inventeur est fonction de son état d'esprit et de sa propension à participer à la démarche de commercialisation.

L'expérience montre que la commercialisation n'intéresse pas tous les inventeurs ou chercheurs. C'est un monde bien différent du laboratoire de recherches auquel ils sont habitués, et ils n'ont pas tous le goût d'en faire partie. Mais, que l'inventeur participe ou non à la commercialisation, on lui conseille fortement de recourir à des services professionnels pour protéger son invention et obtenir un rendement financier optimal. Les professionnels de la commercialisation technologique sont là pour aider les entrepreneurs à prendre de judicieuses décisions d'affaires assurant une commercialisation réussie et, par conséquent, un rendement optimal des nouveaux produits et services.



par Don Morberg et Geoff Moon

University Technologies International Inc., Calgary, AB

Technology commercialization, the development of commercial products from research discoveries, is coming of age as an industry in North America. A number of avenues are available to the researcher who chooses to commercialize; and a number of informed business decisions must be made, on the part of the researcher and on the part of the commercializing organization even before the technology is offered commercially. Calgary-based University Technologies International Inc. has a unique approach to commercialization., heavily based on consultation with inventors and versatility of choices.

L'industrie de la commercialisation de la technologie, c'est-à-dire du développement de produits commerciaux à partir de découvertes scientifiques, approche la maturité en Amérique du Nord. Plusieurs choix sont offerts aux chercheurs qui décident de commercialiser, et un grand nombre de décisions d'affaire doivent être prises, autant du côté du chercheur que du côté de l'organisation en charge de la commercialisation et ce, bien avant que la technologie soit disponible commercialement. University Technologies International Inc. de Calgary propose une approche unique vers la commercialisation, basée en grande partie sur des consultations avec les inventeurs et une polyvalence des options considérées.

Que l'inventeur fasse appel ou non à des services professionnels, les options, les procédures et les étapes de commercialisation sont les mêmes.

Le transfert technologique est le mouvement de connaissances scientifiques d'une partie à une autre. Lorsque le transfert technologique consiste à fabriquer ou à vendre un produit dans le but d'offrir un rendement financier à l'inventeur, on parle de commercialisation technologique. Mais " transfert technologique " et " commercialisation technologique " sont souvent utilisées comme synonymes. En Amérique du Nord, les retombées économiques de la commercialisation technologique se chiffrent à 50 milliards de dollars, selon les chiffres publiés annuellement par l'Association of University Technology Managers sur les répercussions directes et indirectes de la commercialisation. Ce montant correspond à ce que l'industrie et le gouvernement paient pour appuyer la recherche et versent en redevances pour les produits issus de la recherche. Le secteur emploie 280 000 personnes. Aux États-Unis, la commercialisation de la recherche subventionnée par le gouvernement est régie par la Bayh-Dole Act of 1980. Au Canada, l'adoption d'une législation semblable fait l'objet de vifs débats. En Amérique du Nord, la recherche subventionnée totalise environ 34 milliards de dollars, les deux tiers provenant de sources gouvernementales. Le Canada représente un pourcentage approximatif de 4 % de chaque total. Ce pourcentage, lorsqu'il est converti en dollars, signifie qu'au Canada la commercialisation technologique produit des retombées économiques directes de 20 millions de dollars par an en redevances et entraîne la création d'environ 60 entreprises de haute technologie par an.

2.0 Parties intéressées

La plupart des ingénieurs électroniciens et électriciens ont acquis une expérience directe ou indirecte de la commercialisation technologique. La façon dont un inventeur ou un chercheur entreprend une démarche de commercialisation est largement fonction de l'endroit où il travaille. Les recherches réalisées par des ingénieurs dans des établissements post-secondaires et des laboratoires de recherches ont plus souvent tendance à être subventionnées par l'industrie, auquel cas, les chercheurs doivent, à l'occasion, se conformer à une démarche pré-déterminée de commercialisation ou d'acquisition des droits de propriété des résultats de recherche.

Un inventeur qui travaille pour une entreprise privée est assujéti aux politiques de recherche et de protection des droits de propriété intellectuelle de son employeur. En général, les entreprises conservent les droits inhérents aux inventions de leurs employés et compensent ces derniers de diverses façons. Dans la plupart des cas, l'employé a l'obligation de révéler à son employeur tout ce qu'il croit être une invention. Des notes détaillées doivent être prises durant la période de mise au point de l'invention, comme l'exige la méthode scientifique. Dans certains cas, les entreprises privées ou les laboratoires de recherches confient la commercialisation à une tierce partie telle que UTI Inc.

3.0 Démarche de commercialisation technologique

La démarche de commercialisation technologique comprend un certain nombre d'étapes importantes. Celles-ci sont décrites aux paragraphes qui suivent.

3.1 Exposé et cession

Durant la première étape, la société de commercialisation technologique acquiert une compréhension de la technologie à commercialiser. À cette fin, l'inventeur doit présenter sa technologie dans un exposé écrit confidentiel dans lequel il décrit clairement sa technologie ou son produit : sa fonction, sa phase de développement et ses avantages par rapport à d'autres produits semblables. Le chercheur doit expliquer dans quelles circonstances la découverte a eu lieu, qui pourrait en avoir eu vent, et faire la liste des rapports ou publications pouvant contenir de l'information se rapportant à l'invention. Il doit fournir une description écrite de l'invention et des dessins à l'appui et, dans certains cas, expliquer comment d'autres méthodes, matériaux ou réalisations pourraient accomplir le même résultat. Le chercheur doit décrire des utilisations ou applications possibles de l'invention et même nommer des entreprises qui pourraient être intéressées à la commercialiser. Si un prototype est accessible, il faut l'examiner. Il importe que le chercheur donne le plus de détails possibles dans son exposé. Les parties peuvent signer une entente de cession autorisant la société de commercialisation technologique à représenter l'inventeur et à effectuer des transactions en son nom.

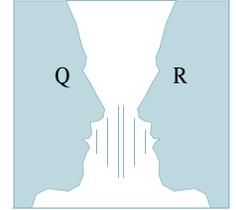
3.2 Évaluation de la technologie

Suivant la préparation de l'exposé et la signature de l'entente de cession, on mène une évaluation technique, commerciale et légale. En mettant à profit les outils de protection des droits de propriété intellectuelle auxquels il a accès et en s'appuyant sur ses nombreuses années d'expérience, le gestionnaire d'une société de commercialisation technologique et son équipe sont en mesure de déterminer la valeur scientifique et technique d'une technologie, sa qualité marchande, son potentiel commercial et sa capacité de bénéficier d'une protection intellectuelle. Chaque année, en Amérique du Nord, les gestionnaires de sociétés de commercialisation technologique évaluent 12 000 exposés. Bien peu d'exposés décrivent des technologies viables sur le plan commercial et encore moins peuvent bénéficier d'une protection intellectuelle. En vertu de la législation relative aux brevets, une technologie, même si elle constitue une nouveauté, ne peut bénéficier d'une protection si elle est d'une trop grande simplicité, si elle n'a pas d'utilité ou s'il est impossible de s'en servir pour fabriquer quelque chose de concret. Chaque année, en Amérique du Nord, on décerne environ 2 700 brevets à des chercheurs universitaires et on conclut environ 3 700

ententes ou options de licences légales.

Voici un aperçu des questions que l'on doit se poser au sujet d'une technologie.

- Est-ce une nouveauté?
- A-t-elle du mérite?
- A-t-elle une valeur?
- Répond-elle à un besoin?
- Y a-t-il une demande pour cette technologie?
- Est-elle brevetable?
- A-t-elle un marché?
- Peut-on lui créer un marché?
- Y a-t-il des obstacles à sa commercialisation?
- Quelle serait la force de brevets éventuels?



Voici d'autres questions qui portent plus précisément sur l'inventeur.

- L'inventeur est-il enthousiaste à l'idée d'une commercialisation et est-il prêt à participer au processus?
- L'inventeur est-il au fait des principes de gestion des affaires?
- A-t-il d'autres bonnes idées semblables?

Chaque jour, de merveilleuses idées ou inventions qui ne seront jamais rentables pour un sou sont soumises aux gestionnaires de sociétés de commercialisation technologique. Ces inventions n'entrent dans aucun créneau de marché, sont trop avant-gardistes, coûtent trop cher pour le marché, ne sont pas mieux que ce qui se fait actuellement, ne peuvent bénéficier d'une protection ou personne ne voudrait acheter les produits qui en seraient issus. Voilà où l'exercice d'une diligence raisonnable intervient dans la démarche de commercialisation. Sans diligence raisonnable, le gestionnaire n'aurait pas toutes les données techniques et toutes les données de marché dont ils ont besoin pour prendre les décisions opérationnelles nécessaires. Parmi les données de marché figurent des renseignements commerciaux tels que les coûts, la compétitivité, la position concurrentielle et le potentiel. Le gestionnaire a déjà une bonne idée au sujet de la protection des droits de propriété intellectuelle - brevet, droit d'auteur, marque de commerce du dessin industriel ou secret commercial. Il doit aussi parfois prendre en considération les intérêts d'une tierce partie - une société ou un bailleur de fonds s'intéresse-t-il au produit? Plus une technologie se situe au bas de l'échelle d'évaluation, plus les risques afférents à sa commercialisation sont élevés et plus les facteurs à prendre en considération sont nombreux. C'est là où l'expertise et l'expérience du gestionnaire peuvent être très utiles à l'inventeur.

3.3 Protection des droits de propriété intellectuelle

Une fois que l'évaluation de la technologie est terminée, il s'agit d'élaborer la stratégie de protection des droits de propriété intellectuelle. Il est possible de commercialiser un produit qui ne bénéficie pas d'une protection des droits de propriété intellectuelle, mais son créneau de marché sera plus petit et le risque que quelqu'un copie la technologie sera plus élevé. Il arrive qu'en ne protégeant pas une technologie, on en diminue la valeur; une technologie protégée a en effet une plus grande valeur. On protège une idée par un brevet, l'expression d'une idée par un droit d'auteur et une marque identifiant une idée par une marque de commerce.

Une protection coûte cher. Un brevet canadien coûte en moyenne 12 000 \$. Un brevet international peut coûter jusqu'à 50 000 \$. La technologie aura-t-elle un rendement financier suffisant par rapport au coût du brevet? Les revendications afférentes au brevet sont-elles valides? Lorsque celles-ci sont contestées, le coût du brevet peut monter en flèche. Il faut du flair pour prendre des décisions judicieuses sur le niveau approprié de protection des droits de propriété intellectuelle. Un agent ou un procureur de brevets peut obtenir un brevet en votre nom, mais qui saura décider du niveau de protection approprié? Dépenser 50 000 \$ pour un produit dont le marché potentiel est de 5 000 \$ n'est sûrement pas une façon de réussir en affaires, mais cela se fait avec régularité déconcertante. Selon les statistiques de l'industrie, seuls deux brevets sur cent font leurs frais.

3.4 Stratégie de commercialisation

L'évaluation initiale et l'exercice d'une diligence raisonnable donnent généralement le ton à la stratégie de commercialisation. Le plan de commercialisation choisi est celui qui répondra le mieux aux besoins particuliers de l'invention. Les options de commercialisation habituelles sont la vente, la cession de licences, l'entreprise conjointe/partenariat ou la création d'une entreprise. Divers facteurs influent sur le choix effectué, dont la concurrence, le marché, le financement et la nature de la technologie.

Si la protection des droits de propriété intellectuelle n'est pas suffisamment solide ou si le créneau de marché est trop limité, vendre un savoir-faire peut s'avérer la meilleure option. La cession de licences, dont on discutera ultérieurement, est la méthode la plus courante; une licence peut prévoir un paiement unique (p. ex., logiciel) ou le versement échelonné de redevances. L'entreprise conjointe signifie trouver un partenaire d'affaires qui intégrera la technologie à ses activités ou mettra en place une autre activité en partenariat avec l'inventeur. La création d'une nouvelle entreprise est probablement l'option de commercialisation la plus stimulante et la plus spectaculaire, en dépit de ses enjeux financiers et organisationnels importants.

Quelle option choisir...

3.5 Cession de licences

La cession de licences est souvent l'option de commercialisation appropriée. Les entreprises bien établies ont généralement les ressources nécessaires à une commercialisation réussie (développement, fabrication, marketing). Ces entreprises peuvent être identifiées en effectuant des recherches dans des bases de données. Sélectionner le licencié dans un groupe de candidats intéressés est une étape cruciale. Les critères de sélection comprennent une capacité éprouvée à commercialiser, à vendre et à fabriquer un produit. Des ententes de confidentialité doivent être signées avant la divulgation de toute information à un licencié éventuel. Lorsqu'on a identifié le licencié recherché, un contrat de licence est négocié et signé par toutes les parties intéressées. Les principaux éléments d'une entente de licence comprennent : l'identité des parties, l'objet de la licence et les obligations du concédant et du licencié. Les modalités du contrat varient selon les circonstances. Le processus ne s'arrête pas à la signature du contrat puisque l'on doit surveiller le licencié pour s'assurer que toutes les parties remplissent leurs responsabilités contractuelles.

3.6 Création d'une entreprise

Si certaines circonstances et conditions le permettent, le gestionnaire peut proposer qu'une découverte scientifique soit commercialisée par le biais de la création d'une entreprise. Avant d'opter pour cette option aussi risquée qu'enrichissante, il faut avoir répondu par l'affirmative à un grand nombre de questions dont les suivantes.

- La technologie est-elle en réalité une plate-forme technologique?
- La technologie est-elle capable de soutenir une entreprise ou un secteur d'entreprise?
- Le chercheur est-il prêt à participer à la création, à l'exploitation et au développement de l'entreprise?
- L'entreprise a-t-elle une place sur le marché?
- L'entreprise a-t-elle une place sur d'éventuels marchés?
- L'entreprise peut-elle susciter l'intérêt de bailleurs de fonds?
- L'entreprise est-elle viable et peut-elle contribuer à l'économie?
- L'entreprise peut-elle attirer les gestionnaires chevronnés nécessaires?

Si on répond par l'affirmative à ces questions et à bien d'autres, la création d'une entreprise peut être envisagée. Cette option est l'une des moyens les plus efficaces pour faire passer la technologie du laboratoire au marché. Dans ce domaine, les universités canadiennes surpassent au pro rata les universités américaines. Plus de 350 entreprises démarrent annuellement grâce à la technologie universitaire, et

plus de 15% d'entre elles sont des entreprises canadiennes.

4.0 Conseils à l'intention de l'inventeur

- Confier le développement du produit à une personne réactive au marché.
- Ne pas sous-estimer le temps et les ressources nécessaires.
- Savoir s'entourer de gens qualifiés et expérimentés.
- Cibler un créneau de marché.
- Évaluer toutes les options de commercialisation.
- Tirer profit des infrastructures existantes.
- Reconnaître que l'inventeur n'est pas nécessairement la meilleure personne pour commercialiser un produit.

Le chercheur a des responsabilités légales et éthiques. Il doit divulguer complètement sa découverte, apprendre les rudiments de la commercialisation, faire preuve d'une volonté de collaboration, faire confiance aux autres, faire preuve de professionnalisme et, enfin, avoir la capacité et la volonté de comprendre le monde des affaires. Il doit aussi être patient. La commercialisation est un long processus. Mettre un produit sur le marché peut prendre deux ans pour un logiciel, cinq ans pour un plaquette de circuits imprimés et huit ans pour un vaccin.

5.0 Importance de traiter avec des professionnels du transfert technologique

Il importe de reconnaître qu'un transfert technologique réussi est un processus à long terme qui ne suit pas une voie déterminée à l'avance. Le processus est complexe, hautement interactif et nécessite la participation de nombreux intervenants. Cela peut prendre des années avant qu'un créneau de marché approprié se prête à une commercialisation. L'expérience montre qu'une période de 7 à 12 ans peut s'écouler avant que la commercialisation d'une invention se traduise par un rendement financier important.

Les professionnels du transfert technologique disposent de formulaires, de procédés, de sources, de contacts et de connaissances. Ils n'ont pas à réinventer la roue chaque fois. Ils sont impartiaux et objectifs. Ils visent à optimiser la valeur de la technologie et le rendement financier de celle-ci. Grâce à leur expérience et formation, ils peuvent déterminer le potentiel d'une technologie. Grâce à leur connaissance du marché et des produits ainsi qu'à leurs réseaux de contacts, ils sont en mesure de positionner la technologie de manière à en retirer le maximum d'avantages. Ils ont également de l'expérience en matière de négociation et de cession de licences.

Les professionnels du transfert technologique font tout en leur pouvoir pour que le chercheur tire le maximum d'avantages de sa technologie. Ils doivent être à la fois prudents, responsables, honnêtes et directs.

6.0 Exemples de réussite

C'est grâce aux efforts de services comme le nôtre que les résultats d'invention peuvent être utilisés et mis à profit par le public. Dans le domaine de l'ingénierie, la principale réussite de UTI Inc. à ce jour a été de commercialiser les prolifiques et importantes technologies GPS (système mondial de radiopéage) mises au point par le département de géomatique de l'université de Calgary. Ce département jouit d'une réputation internationale grâce à son logiciel pour satellites et son logiciel de commande de récepteur. Dans le domaine du génie mécanique, le Dr William Shaw a inventé et breveté un procédé de liage mécanique de polymères. Ce procédé est exploité sous licence par une entreprise de revêtement industriel, et l'on s'attend à ce que d'autres percées soient réalisées à partir de cette technologie. De plus, le Dr John Remmers de la faculté de médecine de l'université de Calgary a créé, en collaboration avec la faculté d'ingénierie, une gamme de dispositifs très efficaces pour combattre l'apnée du sommeil. UTI Inc. s'occupe d'un certain nombre de technologies très prometteuses reliées au domaine de l'ingénierie dont la gamme de dispositifs de motilité gastrique du Dr Martin Mintchev et la technologie d'imagerie utilisée en mammographie du Dr Raj Rangayyan du département de génie informatique et électrique de l'université de Calgary.

Voici deux des plus grandes réussites attribuables aux technologies mises au point à l'université de Calgary :

■ Le Dr Michel Fattouche du département de génie informatique et électrique de la faculté d'ingénierie en collaboration avec Hatim Zaghoul, ingénieur en télécommunications, a élaboré et breveté une technologie de communication sans fil à haute vitesse. Avec l'assistance de UTI Inc. en matière de cession de licences, les deux chercheurs ont créé Wi-LAN Inc., chef de file dans le domaine des produits de communications sans fil à haute vitesse offrant des solutions uniques et rentables basées sur deux technologies sans fil brevetées - Orthogonal Frequency Division Multiplexing (W-OFDM) et Multi-Code Direct Sequence Spread Spectrum (MC-DSSS). Ces technologies brevetées constituent le fondement des normes internationales proposées et sont au cœur des produits sans fil Wi-LAN. L'entreprise a été inscrite à la Bourse de Toronto en mars 1998 et a atteint une capitalisation boursière de plus de 500 000 000 \$. Le symbole de Wi-LAN à la bourse est WIN; on peut faire le suivi du cours des actions de Wi-LAN sur Internet, au site : <http://www.wilan.com>.

■ Au même moment, le Dr Fattouche travaillait avec le Dr Gérard Lachapelle et Richard Klukas, respectivement du département de géomatique et du département de génie mécanique de la faculté d'ingénierie de l'université de Calgary, à l'élaboration d'une technologie de positionnement sans fil brevetée, une percée majeure permettant de déterminer avec précision l'emplacement de téléphones cellulaires et de dispositifs semblables au moyen d'une technologie apparentée au GPS (système mondial de radiorepérage). Cell-Loc Inc., une société sœur de Wi-LAN, a été inscrite à la Bourse en mars 1997 et a atteint une capitalisation boursière de plus de 500 000 000 \$. Son premier produit, le Cellocate SystemMC, a été officiellement mis en marché en février 1999 après trois années d'essais intensifs sur le terrain. Il s'agit d'un système réseau appelé Time Difference of Arrival (TDOA) qui permet d'offrir des services de localisation sans fil comme les suivants: gestion de parcs de véhicules ou gestion de l'actif pour des sociétés de transport ou de répartition; localisation de téléphones volés ou de criminels; localisation d'enfants, de patients ou d'animaux de compagnie; localisation de véhicules volés; facturation de services variant selon le lieu; localisation d'utilisateurs de cellulaires et de combiné PCS dans des situations d'urgence. Le symbole du Cell-Loc à la Bourse de Toronto et à la Canadian Venture Exchange est CLQ. On peut obtenir des renseignements sur Internet, au site : <http://www.cell-loc.com>. D'autres renseignements sur les programmes de géomatique, d'informatique et de génie électrique offerts à l'université de Calgary sont accessibles sur Internet, au site : <http://www.ucalgary.ca>.

7.0 Renseignements additionnels

1. Association of University Technology Managers " Annual Licensing Survey ", 60 Revere Drive, Suite 500, Northbrook, IL 60062, tél. : 847-559-0846, téléc. : 847-480-9282, courriel : autm@autm.net
2. Licensing Executives Society International Ronald " Making the Licensing Decision " LES (USA & Canada) Inc, 1800 Diagonal Road, Suite 280, Alexandria, VA 22314-2840, USA, tél. : 703- 836 3106; téléc. : 703-836 3107, courriel : leshq@aol.com, site Internet : www.usa-canada.les.org
3. University Technologies International Inc. Suite 204, 609, 14th St. NW, Calgary, Alberta, Canada, T2N 2A1, tél. : 403-270- 027, téléc. : 403-270-2384, courriel : info@uti.ca, site Internet : <http://www.uti.ca>.

4. Wi-LAN Inc. 300, 801 Manning Road N.E. , Calgary, Alberta, Canada, T2E 8J5, tél. : 403-273-9133, sans frais : 1-800-258-6876, téléc. : 403-273-5100, courriel : info@wilan.com, site Internet <http://www.wilan.com>.
5. Cell-Loc Inc. 220 Franklin Atrium, 3015 Fifth Ave. NE, Calgary, Alberta, Canada, T2A 6T8, tél. : 403-569-5700, sans frais : 1-877-569-5700, téléc. : 403-569-5701, courriel : info@call/loc.com, site Internet : <http://www.cell-loc.com>.
6. University of Calgary, 2500 University Drive NW, Calgary, Alberta, Canada, T2N 1N4, tél. : 403-220-5110, téléc. : 403-282 7298, site Internet : <http://www.ucalgary.ca>.

À propos des auteurs

Don Morberg est gestionnaire des communications à University Technologies International Inc. Il travaille pour UTI Inc. depuis novembre 1995. En tant que gestionnaire des communications, il s'occupe de toutes les communications internes et externes de UTI Inc. et offre également un soutien en matière de communications aux cadres supérieurs de UTI Inc. Ses tâches comprennent entre autres la rédaction, l'édition, les relations avec les médias, la préparation de brochures et d'autres documents, la publication du bulletin trimestriel UTI Ink et la mise à jour du site Internet de UTI Inc. : www.uti.ca.



Don a obtenu un diplôme en journalisme du Vancouver City College et il possède un vaste éventail d'expériences en tant que journaliste, écrivain, rédacteur en chef, photographe et webmestre dans les secteurs des télécommunications et des communications gouvernementales et organisationnelles.

Geoff Moon est gestionnaire du transfert technologique à University Technologies International Inc. depuis mars 1996. Il s'occupe de l'évaluation, de la mise au point et du marketing de technologies reliées au domaine du génie et des sciences physiques. Il est aussi responsable de protéger et de breveter les propriétés intellectuelles qui lui sont confiées et de négocier et d'administrer les licences afférentes.



Geoff a reçu un diplôme en informatique du Red River Community College, un diplôme en conception de systèmes évolués du Herzog Institute et une maîtrise en administration des affaires (MBA) pour travailleurs professionnels de l'University of Western Ontario. Avant de se joindre à UTI Inc., il a travaillé durant 16 ans pour 3M Canada Inc. et Kodak Canada Inc. où il a été affecté à divers postes supérieurs dans les domaines technico-commerciaux et de la commercialisation technologique.

University Technologies International Inc.

University Technologies International Inc., une société de commercialisation technologique à but lucratif établie à Calgary qui est la propriété exclusive de l'université de Calgary, est bien placée pour offrir des services de commercialisation technologique à des chercheurs affiliés tant à l'université de Calgary qu'à d'autres établissements de recherche ou d'enseignement. Jusqu'à maintenant, c'est-à-dire depuis sa création il y a onze ans, UTI Inc. a offert ses services professionnels aux chercheurs et inventeurs de l'université de Calgary, de l'université de Lethbridge, du Centre de recherches pour la défense Suffield, d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, d'autres établissements post-secondaires, d'hôpitaux, de laboratoires de recherche, sans oublier tous ceux qui travaillent dans leur garage ou leur sous-sol. Depuis sa création en 1989, UTI Inc. se caractérise par son approche unique de la commercialisation technologique. Elle est la première société privée à but lucratif à offrir des services de commercialisation technologique à une université canadienne, et elle est un modèle pour d'autres établissements universitaires partout dans le monde. UTI Inc. est devenue rentable durant sa quatrième année de fonctionnement. Quatorze personnes travaillent actuellement pour UTI Inc. Depuis onze ans, UTI Inc. a versé près de 15 000 000 \$ à l'université de Calgary et à ses chercheurs sous la forme de redevances, de subventions, de dons et de contributions, y compris des bourses d'études supérieures ou post-doctorales de 15 000 \$ chacune décernées à des chercheurs prometteurs. UTI Inc. continue d'étendre ses activités à l'extérieur du cadre universitaire en s'occupant d'un nombre grandissant d'inventeurs et de chercheurs indépendants.

Depuis sa création, UTI Inc. a conclu plus de 350 ententes légales de commercialisation technologique et a participé à la création de quinze entreprises. En outre, son expertise a contribué à l'expansion commerciale de dix autres entreprises. On peut obtenir plus de renseignements sur UTI Inc., au site <http://www.uti.ca>.