

Prenons un exemple dans le marché actuel des produits de grande consommation. Avant que l'on puisse vendre des téléviseurs haute définition, il faudra investir beaucoup dans la R-D; bien peu d'entreprises sont disposées à se lancer dans le projet. Pour qu'il soit rentable, elles comptent offrir leur produit à un prix supérieur à son coût marginal. Leurs bénéfices vont cependant allécher des rivales. Pour se tailler une place dans le marché, celles-ci n'auront qu'à «désosser» le procédé de fabrication des téléviseurs, s'épargnant ainsi tout investissement dans la R-D. Plus grand sera le nombre des entreprises offrant de tels appareils, plus le prix demandé se rapprochera du coût marginal et plus se réduira leur bénéfice. Les auteurs de l'innovation devront donc compter que leur investissement se sera fait en grande partie «à fonds perdus».

Cet exemple démontre que les agents économiques, se sachant incapables de contrebalancer un investissement avec les bénéfices que leur vaudra la vente de produits ou de procédés innovateurs, ne se lanceront tout simplement pas dans la R-D. La société sera privée à la fois des bienfaits de l'innovation et des activités de recherche dont elle a besoin. Dans ce genre de situation, il est donc bon que l'inventeur se voie concéder un droit de propriété sur les résultats de ses travaux.

Les brevets donnent à leur titulaire le droit d'exclure temporairement tout compétiteur de l'exploitation commerciale d'une innovation. Ils lui garantissent que le prix de cette dernière restera au-dessus de ce qu'il lui en coûtera pour la produire et la vendre, au-delà du stade de l'invention, assez longtemps pour que la valeur actualisée des bénéfices escomptés dépasse l'investissement original.

L'exclusivité du droit de propriété consenti à l'innovateur se trouvera attaquée par toute nouvelle version du produit breveté qu'offriront des imitateurs. Dans les secteurs où il est impossible d'assurer cette exclusivité, on assiste à une diffusion des connaissances, mais aussi à une réduction des incitatifs à la recherche.

Pendant toute la période où le brevet garantit une exploitation exclusive, les consommateurs paient le nouveau produit plus cher et les concurrents du titulaire ne peuvent faire appel aux connaissances de pointe ainsi protégées. En d'autres termes, tant qu'il reste en vigueur, un brevet restreint les bénéfices qui pourraient revenir à court terme au consommateur, au plan du prix, et gêne la diffusion du savoir. Dès l'expiration du brevet, les bienfaits d'une innovation passent de son auteur aux consommateurs et à ses rivaux, et la société peut jouir de la totalité des bienfaits qu'elle procure, à savoir un prix moins élevé, un produit de meilleure qualité et une offre plus variée.