

Comité consultatif sur l'application des droits

Onzième session
Genève, 5 – 7 septembre 2016

ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION ET CAMPAGNES STRATÉGIQUES MENÉES POUR PROMOUVOIR LE RESPECT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Contributions établies par l'Algérie, Antigua-et-Barbuda, la Chine, la Grèce, la Hongrie, la Lettonie, le Paraguay, les Philippines et la République de Corée ainsi que par l'Association Sygnaf (Pologne) et l'Association suisse des musiciens

1. À la dixième session de l'ACE, tenue du 23 au 25 novembre 2015, le comité est notamment convenu d'examiner, à sa onzième session, "l'échange de données d'expérience nationales relatives aux activités de sensibilisation et aux campagnes stratégiques menées pour promouvoir le respect de la propriété intellectuelle auprès du grand public, notamment les jeunes, conformément aux priorités des États membres dans le domaine éducatif, entre autres". Le présent document contient les exposés établis par les États membres et les associations nationales à ce sujet.
2. L'intérêt des États membres pour la sensibilisation à la propriété intellectuelle et la promotion de la propriété intellectuelle auprès du grand public est illustré par le large éventail des activités proposées. Ces activités peuvent être réparties en deux groupes. Premièrement, les États membres reconnaissent qu'il est essentiel d'enseigner aux jeunes l'importance du respect de la propriété intellectuelle. Plusieurs d'entre eux ont élaboré des programmes de sensibilisation à l'intention des écoles, qui proposent du matériel pédagogique, des bandes dessinées et des jeux électroniques, des visites de représentants des autorités concernées ainsi que des expositions et des concours. Dans certains pays, la sensibilisation des jeunes se fait lors de festivals, d'autres manifestations publiques ou à l'université. Certains États membres s'adressent à un plus large public par le biais de la télévision, de la radio et des médias sociaux.
3. Deuxièmement, les États membres tentent de mieux faire comprendre le rôle et l'importance de la propriété intellectuelle aux responsables concernés, aux organismes chargés de l'application des lois et aux personnes travaillant dans le secteur privé. Cela se fait

généralement dans le cadre de séminaires de formation et de discussions. Les activités de sensibilisation prennent également la forme d'initiatives en matière de publicité, comme des cérémonies de remise des prix.

4. Les contributions établies au nom des États membres et des associations nationales sont présentées dans l'ordre suivant.

Activités de sensibilisation et de formation de l'office national des droits d'auteur et des droits voisins de l'Algérie.....	3
Concours et campagnes de sensibilisation à l'intention des jeunes pour promouvoir le respect de la propriété intellectuelle à Antigua-et-Barbuda	9
Moyens mis en œuvre par la République populaire de Chine pour sensibiliser les jeunes à la propriété intellectuelle par le biais de l'éducation.....	14
Renforcer la sensibilisation à la propriété intellectuelle pour promouvoir le respect de la législation relative à l'importation et à l'exportation en Chine	18
L'école grecque du droit d'auteur – sensibiliser les élèves du primaire et du secondaire à la protection du droit d'auteur.....	22
Données d'expérience de la Hongrie en matière de sensibilisation du public	25
Promouvoir le respect et renforcer la connaissance de la propriété intellectuelle : l'expérience de l'Office des brevets de la République de Lettonie	30
Programmes de sensibilisation mis en œuvre par la Direction nationale de la propriété intellectuelle du Paraguay	34
Campagnes d'éducation et de sensibilisation à la propriété intellectuelle menées par l'Office de la propriété intellectuelle des Philippines	39
Activités de sensibilisation menées par la République de Corée pour promouvoir le respect de la propriété intellectuelle.....	47
Travaux menés par l'association Sygnał pour promouvoir la propriété intellectuelle par l'éducation et la sensibilisation en Pologne.....	54
Next Big Thing – Campagne de sensibilisation sur la valeur de la musique enregistrée menée par l'Association suisse des musiciens.....	58

[Les contributions suivent]

ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION ET DE FORMATION DE L'OFFICE NATIONAL DES DROITS D'AUTEUR ET DES DROITS VOISINS DE L'ALGÉRIE

Contribution établie par M. Sami Benchikh Lehocine, directeur général de l'Office national des droits d'auteur et des droits voisins, Alger (Algérie)

RÉSUMÉ

Les activités menées par l'Office national des droits d'auteur et des droits voisins (ONDA) de l'Algérie pour la promotion de la propriété intellectuelle portent sur la sensibilisation du grand public aux questions de droits d'auteur ainsi que sur la formation des professionnels. Les activités de sensibilisation du grand public s'adressent en priorité aux jeunes et aux auteurs. À cette fin, tous les moyens de communication sont mobilisés : les radios, les bandes dessinées, les dépliants, et les réseaux sociaux. Toutes les opportunités pour éduquer et communiquer sont saisies : les événements culturels, les salons et expositions, les fêtes commémoratives en rapport avec la culture, etc. Des cours sont également dispensés dans les écoles. Ces campagnes invitent les auteurs à protéger leur création, incitent les exploitants à s'acquitter de leurs obligations et montrent les effets néfastes des différentes formes d'atteintes aux droits d'auteurs, notamment le plagiat et le téléchargement illicite des œuvres. La formation des professionnels, quant à elle, s'adresse en priorité aux acteurs opérationnels et aux fonctionnaires en charge de l'application des lois.

I. CAMPAGNES MÉDIATIQUES ET ÉDUCATIVES DE SENSIBILISATION

1. Les activités de l'Office national des droits d'auteur et des droits voisins (ONDA) pour la promotion du respect de la propriété intellectuelle et la lutte contre les différentes formes d'atteintes sur les droits de la propriété intellectuelle s'articulent autour de plusieurs axes.
2. Les cours de sensibilisation sur les droits de propriété intellectuelle et plus particulièrement sur les questions de droit d'auteur sont dispensés en général, à l'occasion de la journée mondiale de la propriété intellectuelle dans tous les lycées d'Algérie ainsi que dans les collèges et les écoles primaires des grandes villes d'Algérie. Le contenu et la durée de ces cours sont normalisés. Des fiches d'initiation autour de la propriété intellectuelle et de son importance économique et sociale sont également confectionnées à l'intention du corps enseignant. Les questions relatives au plagiat sont évidemment abordées dans ces cours.
3. Les cours d'introduction au droit d'auteur et à la gestion collective des droits d'auteur et droits voisins sont également donnés aux élèves des instituts de formation artistique. Le contenu et la durée de ces cours sont également normalisés.
4. Deux bandes dessinées pour les jeunes abordant les questions du respect de la propriété intellectuelle et plus particulièrement des droits d'auteur sont distribuées gratuitement dans les lycées, lors du salon de la créativité, au cours des journées portes ouvertes annuelles sur l'ONDA ou plus généralement lors de manifestations et d'événements culturels. Sous le titre "À l'abri du poulpe", la première bande dessinée s'adresse aux jeunes auteurs et les incite à

* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

adhérer à l'ONDA pour protéger leurs œuvres. La seconde, quant à elle, met l'accent sur les effets négatifs du piratage.

5. L'ONDA sponsorise plusieurs émissions radiophoniques pour jeunes. Serial TAGGER, une émission radiophonique quotidienne offrant aux jeunes talents l'opportunité de se faire connaître auprès du public, a bénéficié, pendant une année, du soutien financier de l'Office. Deux messages essentiels ont été régulièrement délivrés lors de ces émissions : le premier, destiné au grand public, appelle au respect des droits légitimes des auteurs. Le second message incite les auteurs à adhérer à l'ONDA en vue de bénéficier de la protection de leurs droits. Dans ce cadre, plusieurs interviews avec des responsables de l'Office sur les enjeux sociaux, économiques et culturels associés à la protection des droits d'auteurs et des droits voisins ont été diffusées. D'autres émissions radiophoniques à contenu littéraire et/ou économique, ont également été diffusées sur des chaînes de radio nationales ou régionales, dans un effort de sensibilisation du public contre les atteintes aux droits de propriété intellectuelle.

6. Un concours est également diffusé sur les ondes d'une chaîne de radio destinée aux jeunes sur des thèmes artistiques et de droit d'auteur. L'objectif étant de sensibiliser davantage les jeunes sur les effets ravageurs du piratage et des téléchargements illicites des œuvres sur Internet.

7. Les journées portes ouvertes de l'ONDA sont organisées tous les ans à la mi-avril pendant une semaine. Elles ont lieu tant au niveau de la direction générale qu'à celui des agences locales de l'Office. De concert avec les établissements scolaires, des visites d'études à l'ONDA sont organisées à cette occasion au profit des lycéens. Au cours de ces rencontres, des communications sur la gestion collective des droits d'auteur et des droits voisins sont présentées.



8. Des rencontres – débats s'adressant au grand public sont organisées, en marge de certaines manifestations culturelles (salons, expositions, spectacles). Elles sont animées par des responsables de l'ONDA et traitent de questions de droit d'auteur en rapport avec le thème de l'évènement culturel en marge duquel se tient la rencontre.

9. Une caravane sillonne les principales villes d'Algérie, à la rencontre des auteurs et des artistes en vue de les sensibiliser aux questions de propriété intellectuelle, de les inciter à adhérer à l'ONDA et de leur expliquer les modalités qui s'y rattachent.

10. Le salon national de la créativité est l'une des activités phares de l'ONDA, il rassemble chaque année les éditeurs de musique et de livre lors de conférences – débats avec le public.



11. Des dépliants appelant au respect de la propriété intellectuelle sont distribués lors des différentes manifestations culturelles organisées par l'Office.



12. Des CD-Rom contenant des informations générales sur les activités de l'ONDA sont régulièrement distribués.



13. Des opérations de destruction de supports d'œuvres pirates saisis lors des contrôles effectués par l'ONDA sont organisées en présence de la police nationale.



14. Des hommages à de grands artistes et auteurs sont régulièrement organisés par l'ONDA, en signe de reconnaissance et de récompense du mérite.



15. Enfin, l'ONDA finance des spots publicitaires à la télévision et à la radio pour sensibiliser le grand public. En général, ces spots sont diffusés à l'occasion de la journée mondiale de la propriété intellectuelle ainsi qu'à l'occasion des cérémonies de destruction de phonogrammes contrefaisants.

II. ACTIONS DE FORMATION AU PROFIT DES ACTEURS OPÉRATIONNELS

16. Enfin, l'ONDA organise régulièrement des séminaires expliquant le contenu de la loi sur le droit d'auteur au profit des usagers et exploitants d'œuvres de l'esprit, des ateliers de formation au profit des fonctionnaires en charge de la mise en œuvre des dispositifs d'application des lois de propriété intellectuelle, des journées d'étude sur le respect des droits de propriété intellectuelle avec les universitaires et des cours sur la gestion collective des droits d'auteurs et droits connexes dans les écoles de police et de gendarmerie. Un Forum annuel est également organisé tous les ans, le 23 avril, en coordination avec la Direction générale de la sûreté nationale (DGSN).



CONCOURS ET CAMPAGNES DE SENSIBILISATION À L'INTENTION DES JEUNES POUR PROMOUVOIR LE RESPECT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE À ANTIGUA-ET-BARBUDA

*Contribution établie par Mme Ricki Camacho, directrice du service d'enregistrement de l'Office de la propriété intellectuelle et du commerce d'Antigua-et-Barbuda, Ministère des affaires juridiques**

RÉSUMÉ

Le présent document décrit l'expérience d'Antigua-et-Barbuda en matière de promotion de la connaissance et du respect de la propriété intellectuelle par le biais de concours et de campagnes de sensibilisation ciblés, organisés à l'intention des jeunes, du secteur privé et des responsables de l'application de la loi. L'insuffisance des ressources financières et humaines constitue un défi à relever pour étendre au maximum la portée des campagnes de sensibilisation. Cependant, l'Office de la propriété intellectuelle et du commerce continue d'utiliser des méthodes créatives pour promouvoir la sensibilisation au respect de la propriété intellectuelle.

I. INTRODUCTION

1. L'Office de la propriété intellectuelle et du commerce d'Antigua-et-Barbuda (ci-après dénommé "office de la propriété intellectuelle") est responsable de l'enregistrement des droits de propriété intellectuelle et relève du Ministère des affaires juridiques. Il a été créé autour de 2003.
2. Un aspect important de la mission de l'office de la propriété intellectuelle consiste à sensibiliser le public, tant les utilisateurs que les créateurs de propriété intellectuelle, au vaste domaine de la propriété intellectuelle et des droits associés et à encourager l'application de lois pertinentes. La difficulté résidait dans la conception d'un programme accessible à une large partie d'une population qui, traditionnellement, n'a pas une conscience approfondie de l'importance de la propriété intellectuelle et de ses effets positifs. Dans ce domaine, l'office de la propriété intellectuelle a décidé de consacrer une grande part de ses efforts et de ses ressources limitées aux activités de sensibilisation et aux campagnes stratégiques à l'intention des jeunes, du secteur privé et des responsables de l'application de la loi. Le but était d'intéresser ces secteurs de la société aux questions relatives aux droits de propriété intellectuelle et de les utiliser comme canaux de diffusion au sein des foyers, des communautés et des écoles.

II. LA CAMPAGNE DE SENSIBILISATION

3. L'office de la propriété intellectuelle a cherché à concevoir des stratégies créatives pour transmettre son message au public compte tenu des contraintes budgétaires. Plusieurs méthodes ont été employées dans le cadre de la campagne de sensibilisation : visites d'écoles, concours scolaires annuels et formation des responsables de l'application de la loi, du secteur privé et des médias sociaux. Chacune de ces méthodes est décrite brièvement ci-dessous.

* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

A. CONCOURS SCOLAIRES

4. Depuis 2011, l'office de la propriété intellectuelle organise un concours ouvert à tous les établissements scolaires primaires et secondaires d'Antigua-et-Barbuda sur le thème de la propriété intellectuelle. À cette fin, il a obtenu la participation financière d'une banque commerciale locale et celle d'une société de télécommunications. Le Ministère de l'éducation, de la science et de la technologie apporte aussi une contribution importante en vérifiant que les conditions, les sujets de rédaction et les thèmes des épreuves d'arts visuels sont pertinents et adaptés aux écoles. L'OMPI, quant à elle, fournit les trophées et les certificats, et l'office de la propriété intellectuelle met à disposition un juge local invité, spécialiste de l'artisanat du pays.

5. Parallèlement au concours, des documents imprimés sont diffusés et des événements publics sont organisés.

6. Pour ce concours annuel, le thème de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle est adapté au contexte local et les épreuves varient de la composition de chansons à la réalisation de films avec un téléphone portable en passant par la rédaction d'un texte. L'office de la propriété intellectuelle a noté la popularité grandissante du concours. Les lauréats des différentes catégories reçoivent des prix. En principe, il y a six gagnants répartis entre la première et la troisième place, trois pour les collèges et trois pour les écoles primaires. L'office de la propriété intellectuelle publiera les noms des gagnants sur son site Web lorsque celui-ci sera en service.

7. Cette année, le concours porte sur la photographie et l'art et il s'inspire du thème de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle 2016 ("Créativité numérique : la culture réinventée"). Le thème pour les écoles primaires est le suivant : prendre une photographie illustrant l'évolution de la culture à Antigua-et-Barbuda à l'aide d'un appareil numérique (téléphone, iPod, tablette, appareil photo numérique, etc.). Le thème pour les collèges est le suivant : à l'aide d'un appareil numérique, prenez des photographies numériques ou réalisez une vidéo illustrant l'évolution de la culture d'Antigua à l'ère du numérique.

8. Bien que ce ne soit pas une obligation, les images peuvent être modifiées numériquement pour illustrer la créativité du photographe et son interprétation de la culture à Antigua-et-Barbuda. Toutes les photographies doivent être originales. Les élèves peuvent également choisir une image parmi quatre images numériques incomplètes sur le site Web de l'office de la propriété intellectuelle et exprimer leur créativité en la complétant. Les quatre images proposées sont un ananas noir d'Antigua, un steel drum (ou tambour d'acier), un moulin à vent et un oiseau local. Ce sont toutes des références historiques, éducatives et, surtout, culturelles à Antigua-et-Barbuda. Avec ces images, l'office de la propriété intellectuelle a voulu démontrer l'importance des ressources génétiques, des savoirs traditionnels et du folklore au regard des droits de propriété intellectuelle. En s'efforçant d'être créatif dans la conception du concours pour le rendre pertinent sur le plan culturel, l'office de la propriété intellectuelle s'est rendu compte de l'impact bien plus grand d'une telle approche dans une petite île comme Antigua-et-Barbuda.

B. VISITES D'ÉCOLES

9. Depuis 2011, l'office de la propriété intellectuelle organise des visites dans des écoles primaires et des collèges pour présenter des exposés à des groupes d'élèves. La tranche d'âge et le nombre d'élèves concernés varient car ils sont définis par le directeur et les enseignants des établissements concernés. Là encore, le thème de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle inspire celui des exposés présentés chaque année. Cependant, les visites d'écoles et les concours scolaires ont généralement pour but de sensibiliser les jeunes à la propriété intellectuelle.

10. L'office de la propriété intellectuelle choisit généralement au moins quatre écoles primaires et quatre collèges à visiter par année. Il est attentif à mélanger des établissements urbains et ruraux, publics et privés. L'équipe de l'office de la propriété intellectuelle qui se rend dans les établissements apporte des livres et des objets préparés spécialement pour l'occasion que l'on trouve généralement dans les maisons et qui incorporent tous des droits de propriété intellectuelle, afin de donner une dimension concrète à l'exercice. Lors de telles visites, des élèves ont reçu des bandes dessinées et des mots croisés créés par l'OMPI. Nous travaillons également en collaboration avec les enseignants des écoles.

11. De temps en temps, l'office de la propriété intellectuelle fait appel aux services d'un ambassadeur invité qui accompagne l'équipe dans les écoles. En général, ces ambassadeurs partagent gratuitement leur savoir-faire pour contribuer à la campagne de sensibilisation. En retour, l'office leur offre un avantage en termes de publicité. Un artiste local, Drastic, a aussi participé à des visites dans des écoles. Les élèves sont très contents de le voir arriver avec sa guitare et ses chants.

12. Nous avons constaté que les visites d'écoles et la présence d'un ambassadeur invité étaient particulièrement efficaces pour amener les enfants à comprendre ce qu'est la propriété intellectuelle dans un environnement stimulant.

C. STAND AU SALON NATIONAL DES SCIENCES

13. L'office de la propriété intellectuelle est présent au salon national des sciences qui se tient deux fois par an. Il occupe un stand et distribue des documents d'information générale sur la propriété intellectuelle. Le salon est adapté aux besoins de toutes les écoles d'Antigua-et-Barbuda. Lors du dernier salon des sciences auquel il a participé, l'office a demandé à un artiste local de dessiner l'intérieur d'une maison. Des articles intéressants au regard de la propriété intellectuelle, comme les brosses à dents, les ampoules électriques, les systèmes d'alimentation des animaux et des plantes, les bijoux et d'autres articles divers étaient représentés. Les jeunes ont apprécié cette œuvre car elle montrait l'utilisation de la propriété intellectuelle dans notre vie quotidienne et notre environnement habituel. C'est un moyen simple et peu coûteux d'engager une discussion avec les jeunes pour échanger des informations sur la propriété intellectuelle et d'illustrer la place de la propriété intellectuelle dans nos vies.

D. FORMATION DES RESPONSABLES DE L'APPLICATION DE LA LOI ET DU SECTEUR PRIVÉ

14. Le programme de formation ne concerne pas uniquement les jeunes. Des programmes sont élaborés chaque année pour former les responsables de l'application de la loi à la propriété intellectuelle. Nous avons constaté que, bien trop souvent, les responsables de l'application de la loi considéraient la propriété intellectuelle comme un domaine réservé aux rapports entre avocats et clients. Ils ne se rendent pas compte que la protection de la propriété intellectuelle est consacrée dans la loi qu'ils s'engagent à faire respecter. Nous avons organisé des ateliers destinés à leur faire mieux comprendre l'importance de la propriété intellectuelle.

15. L'office de la propriété intellectuelle collabore également avec le secteur privé, organisant des débats et des ateliers avec des créateurs et de petites entreprises. Les lois protégeant la propriété intellectuelle ont été adoptées dans l'intérêt de ces personnes qui, pour la plupart, ignorent leurs droits et doivent être informées que leurs inventions, leurs dessins et modèles et leurs créations sont protégées au titre de différentes catégories de droits de propriété intellectuelle.

E. MÉDIAS SOCIAUX

16. L'office de la propriété intellectuelle est conscient de l'importance et de la popularité des médias sociaux en tant que moyen de distribution massive d'informations. Actuellement, l'office n'a pas de page Facebook ni de compte Twitter, mais il a récemment créé une adresse pour un site Web qui devrait être conçu comme un centre d'information unique sur la propriété intellectuelle où les noms des gagnants du concours annuel seront aussi annoncés.

17. L'office de la propriété intellectuelle utilise également les médias locaux. Chaque année, il envoie des représentants participer à l'émission "Good Morning Antigua and Barbuda Show" de la chaîne de télévision locale ABS TV et s'exprimer sur des stations de radio locales. Une journée portes ouvertes réussie, à laquelle les médias ont participé, a été organisée pour la Journée mondiale de la propriété intellectuelle, le 26 avril 2016. Le concours 2016 a été lancé à cette occasion. Des journées portes ouvertes avaient déjà été organisées auparavant mais elles n'avaient pas rencontré un franc succès.

18. L'office de la propriété intellectuelle sollicite également l'aide des médias pour faire connaître son concours annuel. Les réactions de la presse écrite et des médias électroniques sont positives.

19. Nous avons tenté de faire comprendre au public que la propriété intellectuelle a autant, voire plus, de valeur que les biens immobiliers ou matériels. Prenant l'exemple d'une sauce piquante produite localement, la "Susie's Hot Sauce", nous avons voulu démontrer que le fait de protéger une marque comme Susie la rend unique, forte et populaire, tout comme Apple et Samsung ont gagné beaucoup d'argent grâce à la protection de leur marque ou à des brevets. Nous avons également essayé de montrer comment la propriété intellectuelle peut devenir une source importante de revenus pour Antigua-et-Barbuda, grâce à la protection au titre du droit d'auteur et à la protection des indications géographiques et des marques.

III. CONCLUSION

20. Nous sommes déterminés à poursuivre notre collaboration avec les secteurs public et privé pour promouvoir davantage la propriété intellectuelle. Nous poursuivons les discussions avec le Ministère de l'éducation en vue d'intégrer l'enseignement de la propriété intellectuelle dans les programmes scolaires, ce qui donnera une impulsion à notre action auprès des jeunes en particulier. Les citoyens seront ainsi incités à respecter la propriété intellectuelle dès leur jeune âge.

21. Nous continuerons d'étudier des moyens inventifs de promouvoir le respect de la propriété intellectuelle en dépit des ressources financières et humaines limitées, afin de mettre en œuvre toutes les idées rassemblées pour la sensibilisation du public et l'application des droits.

22. Nous continuerons d'organiser nos concours de plus en plus populaires pour les écoles primaires et les collèges et nous allons tirer parti de l'élan qui en résulte.

23. Nous avons recommandé à l'OMPI de publier sur son site Web du contenu destiné plus particulièrement aux jeunes. Cela pourrait fournir une aide précieuse à l'office de la propriété intellectuelle d'Antigua-et-Barbuda, ainsi qu'aux offices d'autres pays, pour les activités de sensibilisation.

24. Notre objectif final est de permettre au Gouvernement et aux citoyens d'Antigua-et-Barbuda de connaître et de comprendre la propriété intellectuelle, ainsi que les droits et recours existants, et de faire en sorte qu'une législation appropriée et des politiques en matière d'application des droits soient mises en place pour leur protection. Nous espérons augmenter le rythme et la qualité du dialogue national et relever le niveau de participation des citoyens et des partenaires gouvernementaux, améliorant ainsi la diversification et la croissance de l'économie d'Antigua-et-Barbuda.

MOYENS MIS EN ŒUVRE PAR LA RÉPUBLIQUE POPULAIRE DE CHINE POUR SENSIBILISER LES JEUNES À LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE PAR LE BIAIS DE L'ÉDUCATION

*Contribution établie par l'Office d'État de la propriété intellectuelle de la République populaire de Chine (SIPO), Pékin (Chine)**

RÉSUMÉ

En 2015, l'Office d'État de la propriété intellectuelle de la République populaire de Chine (SIPO) et le Ministère de l'éducation ont lancé conjointement le Programme national d'écoles pilotes et d'écoles modèles pour l'enseignement de la propriété intellectuelle dans les écoles primaires et secondaires. Ce programme vise à instaurer une culture de la propriété intellectuelle dans des écoles pilotes et des écoles modèles destinées à servir d'exemples à suivre pour leurs pairs, afin d'améliorer la qualité de l'enseignement de la propriété intellectuelle dans les écoles primaires et secondaires à l'échelle nationale et d'encourager ainsi les adolescents et les jeunes à cultiver le respect des savoirs, de l'innovation et de la protection de la propriété intellectuelle. Le fait de laisser ces écoles pilotes et ces écoles modèles jouer pleinement leur rôle permettra de mieux sensibiliser la société à la propriété intellectuelle en veillant à ce que chaque famille comprenne un élève conscient de l'importance de la propriété intellectuelle.

I. DOCUMENTS STRATÉGIQUES ADOPTÉS PAR LE GOUVERNEMENT CHINOIS

1. La Chine a toujours attaché une grande importance à la diffusion de l'enseignement de la propriété intellectuelle (PI) auprès des jeunes. En 2008, elle a adopté et publié un document intitulé "Grandes lignes de la stratégie nationale de la propriété intellectuelle"¹, qui propose de "dispenser à l'échelle nationale un enseignement relatif aux droits de propriété intellectuelle (...). Un plan d'enseignement général de la propriété intellectuelle doit être élaboré et mis en œuvre, et l'enseignement de la propriété intellectuelle doit figurer dans les programmes pédagogiques de toutes les écoles primaires et secondaires chinoises". En 2013, l'Office d'État de la propriété intellectuelle de la République populaire de Chine (SIPO), le Ministère de l'éducation, le Ministère de la culture, l'Administration d'État pour l'industrie et le commerce (SAIC), l'Administration d'État pour la presse, l'édition, la radio, le cinéma et la télévision (SAPPRFT) et l'Administration nationale du droit d'auteur de la Chine (NCAC) ont publié conjointement des "Avis sur le renforcement de l'instauration d'une culture de la propriété intellectuelle" soulignant que "la propriété intellectuelle doit être intégrée au système éducatif national et doit faire partie du programme obligatoire des écoles primaires et secondaires". En 2014, le l'Office général du Conseil d'État a transmis la circulaire intitulée "Plan d'action pour la mise en œuvre de la stratégie nationale de la propriété intellectuelle (2014-2020)", publiée par le SIPO et d'autres organismes gouvernementaux, et a proposé de "définir un certain nombre d'écoles modèles qui excellent dans la sensibilisation à la propriété intellectuelle et l'enseignement de la propriété intellectuelle". En 2015, le Conseil d'État a publié la circulaire intitulée "Avis sur l'accélération du développement du rôle moteur de la propriété intellectuelle dans le nouveau contexte", qui propose que l'enseignement général de la propriété intellectuelle soit dispensé à grande échelle.

* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

¹ Le document intitulé "Grandes lignes de la stratégie nationale de la propriété intellectuelle" est consultable à l'adresse suivante : <http://www.wipo.int/wipolex/fr/details.jsp?id=859>.

II. RECHERCHES MENÉES SUR LA SENSIBILISATION DES JEUNES À LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE PAR LE BIAIS DE L'ÉDUCATION

2. Le SIPO attache une grande importance aux études et recherches sur la sensibilisation des jeunes à la propriété intellectuelle et a obtenu un certain nombre de résultats qui servent de références pour la prise de décision sur les efforts à fournir dans ce domaine.
3. En 2008 et en 2015, le SIPO a demandé à l'Université de Tsinghua de mener deux enquêtes sur le degré de sensibilisation des adolescents et d'autres groupes à la culture de la propriété intellectuelle.
4. En 2011 et en 2014, le SIPO a chargé le Centre de recherche sur la propriété intellectuelle de l'Université normale de la Chine centrale (CCNU) de mener des recherches puis d'analyser les résultats issus de leurs recherches sur les aptitudes des écoliers chinois en matière de propriété intellectuelle et sur l'enseignement de la propriété intellectuelle dans les écoles. Une enquête intitulée "L'enseignement de la propriété intellectuelle dans les écoles primaires et secondaires chinoises" a été menée, et des propositions ont été formulées.
5. De 2012 à 2016, le SIPO a chargé l'Association chinoise de la protection par brevet, l'Association chinoise pour les marques (CTA) et la Société chinoise pour la protection du droit d'auteur de mener une enquête de satisfaction annuelle sur la protection de la propriété intellectuelle dans la société. Dans cette enquête, la sensibilisation à la propriété intellectuelle et l'enseignement de la propriété intellectuelle ont servi d'indicateur de premier niveau.

III. PROGRAMME NATIONAL D'ÉCOLES PILOTES ET D'ÉCOLES MODÈLES POUR L'ENSEIGNEMENT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DANS LES ÉCOLES PRIMAIRES ET SECONDAIRES

6. Après des études et recherches approfondies, le SIPO et le Ministère de l'éducation ont élaboré conjointement le Programme national d'écoles pilotes et d'écoles modèles pour l'enseignement de la propriété intellectuelle dans les écoles primaires et secondaires puis ont lancé un projet pilote en 2015. Ce programme vise à instaurer une culture de la propriété intellectuelle dans des écoles pilotes et des écoles modèles destinées à servir d'exemples à suivre pour leurs pairs, afin d'améliorer la qualité de l'enseignement de la propriété intellectuelle dans les écoles primaires et secondaires à l'échelle nationale et d'encourager ainsi les adolescents et les jeunes à cultiver le respect des savoirs, de l'innovation et de la protection de la propriété intellectuelle. Le fait de laisser ces écoles pilotes et ces écoles modèles jouer pleinement leur rôle permettra de mieux sensibiliser la société à la propriété intellectuelle en veillant à ce que chaque famille comprenne un élève conscient de l'importance de la propriété intellectuelle.
7. Les critères de sélection des écoles pilotes sont les suivants : les collectivités locales préconisent l'enseignement de la propriété intellectuelle dans les écoles; les chefs d'établissement attachent de l'importance à un enseignement innovant, axé en priorité sur la propriété intellectuelle; la formation des enseignants à l'enseignement de la propriété intellectuelle a commencé ou est en cours de planification; des activités permettant d'acquérir des connaissances sur la propriété intellectuelle par un enseignement fondé sur l'expérience et la pratique sont prévues et approuvées en amont. Les critères de sélection des écoles modèles seront affinés sur la base des enseignements tirés des écoles pilotes. Les écoles modèles seront une version améliorée des écoles pilotes.
8. À l'issue des processus de dépôt de candidature et de sélection, 30 écoles de 23 provinces chinoises (y compris des régions autonomes et des municipalités) ont été choisies pour constituer le premier lot d'écoles pilotes nationales d'enseignement de la propriété intellectuelle. Un processus d'évaluation devrait permettre d'identifier chaque année

30 à 50 écoles pilotes sur la période 2015-2018. Sur la période 2017-2020, 25 écoles modèles nationales d'enseignement de la propriété intellectuelle seront sélectionnées à l'issue de l'évaluation des écoles qui ont fait partie de la phase pilote de deux ans. En 2020, 100 écoles modèles auront été établies; ces écoles devraient fournir un système d'enseignement de la propriété intellectuelle relativement complet, aborder l'enseignement de la propriété intellectuelle d'une manière rigoureuse et systématique et obtenir des résultats exceptionnels en matière d'enseignement de la propriété intellectuelle. Plusieurs provinces bénéficieront d'un accompagnement en vue de la mise en place de 1000 écoles modèles provinciales.

9. Les mesures d'appui sont les suivantes : le SIPO fournit une quantité suffisante de fonds d'orientation; le SIPO met à la disposition des écoles pilotes un nombre suffisant de manuels d'enseignement de la propriété intellectuelle à titre gracieux; les enseignants qui seront chargés d'enseigner la propriété intellectuelle dans les écoles pilotes et les écoles modèles bénéficient d'une formation adéquate; les collectivités locales sont encouragées à attribuer des récompenses, s'il y a lieu, aux demandes de brevet déposées par des élèves des écoles pilotes et des écoles modèles; s'agissant des demandes de brevet déposées par des élèves et des enseignants des écoles pilotes et des écoles modèles, la loi prévoit une procédure de traitement accéléré (la "voie verte"); les médias d'information doivent être pleinement exploités pour diffuser et promouvoir à grande échelle les bonnes pratiques des écoles pilotes et des écoles modèles et leurs expériences fructueuses.

10. La validité des écoles modèles n'est pas limitée dans le temps. Tous les deux ans, le SIPO procèdera à un examen des écoles modèles, à l'issue duquel les écoles se verront attribuer une mention (non qualifiée, qualifiée, bonne ou excellente). Les écoles qui se verront attribuer la mention "non qualifiée" perdront leur titre d'école modèle.

IV. L'ENSEIGNEMENT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE AUPRÈS DES JEUNES DANS DIFFÉRENTES LOCALITÉS

11. Avant le lancement du Programme national d'écoles pilotes et d'écoles modèles pour l'enseignement de la propriété intellectuelle dans les écoles primaires et secondaires, l'enseignement de la propriété intellectuelle était déjà proposé dans de nombreuses localités de Chine, dont les provinces du Guangdong et du Fujian et la ville de Shanghai, situées dans l'est de la Chine ainsi que les provinces du Shaanxi, du Yunnan et du Xinjiang, situées dans l'ouest de la Chine. Chaque province a ses caractéristiques locales. Ainsi, les écoles primaires et secondaires du Guangdong et du Shaanxi enseignent la propriété intellectuelle afin d'obtenir le statut d'écoles pilotes et d'écoles modèles; le Guangdong, Beijing et Tianjin ont élaboré des manuels de propriété intellectuelle qui sont largement utilisés dans les écoles primaires et secondaires dans le cadre de programmes consacrés exclusivement à la propriété intellectuelle ou en combinaison avec d'autres cours sur les questions d'éthique, le monde du travail ou des aspects techniques; Shanghai a mis en place un fonds pour l'enseignement de la propriété intellectuelle auprès des jeunes visant à parrainer des activités d'enseignement, de diffusion ou de promotion de la connaissance de la propriété intellectuelle auprès des jeunes.

V. AUTRES ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION, D'ÉDUCATION ET DE FORMATION ENTREPRISES PAR LE SIPO

12. Le SIPO a également entrepris d'autres activités :

- L'élaboration et la publication de manuels, comme par exemple : *Introduction à la propriété intellectuelle pour les écoles primaires et secondaires*; *ABC de la propriété intellectuelle*; *Création, invention et droits de propriété intellectuelle pour les écoliers*. Un certain nombre de provinces ont accès gratuitement à ces manuels.

- L'organisation, chaque année, de manifestations intitulées "L'introduction de la propriété intellectuelle sur les campus", qui visent à transmettre aux jeunes des connaissances sur la propriété intellectuelle par le biais de conférences, d'expositions et d'autres activités.
- L'organisation d'autres activités ciblant les jeunes, dont un concours d'affiches sur la propriété intellectuelle, un concours de publicité sur le bien-être des citoyens et un concours de rédaction.
- L'organisation de Journées portes ouvertes sur le long terme. À l'occasion de ces Journées portes ouvertes, les jeunes sont invités à visiter le hall d'acceptation des brevets, les départements d'examen et la salle d'exposition des brevets, et peuvent assister à des conférences publiques.
- La contribution à des concours nationaux tels que le Concours national sur l'innovation des jeunes dans le domaine des sciences et technologies et le Concours national en ligne sur les connaissances élémentaires des jeunes dans le domaine de la propriété intellectuelle.
- La fourniture de services de consultation et d'information sur le thème de la propriété intellectuelle.

13. Depuis 2009, en collaboration avec des universités et des instituts de recherche, le SIPO a approuvé et créé 24 centres de formation à la propriété intellectuelle dans 19 provinces (régions autonomes et municipalités), dont trois s'adressent aux microentreprises ainsi qu'aux petites et moyennes entreprises. En 2015, les centres de formation à la propriété intellectuelle nationaux ont dispensé 258 cours de formation et formé plus de 20 000 participants. Les offices de propriété intellectuelle provinciaux bénéficient de conseils sur la mise en place d'une cinquantaine de centres de formation provinciaux. Un système de centres de formation avec une répartition géographique raisonnable, une marque distinctive et une influence nationale a ainsi vu le jour. Par ailleurs, le SIPO a mis en place deux plateformes : la plateforme d'information en ligne sur les talents dans le domaine de la propriété intellectuelle à l'échelle nationale et la plateforme d'enseignement à distance en ligne. Cette dernière regroupe des microsites s'adressant aux localités, aux industries, aux entreprises et aux universités. Ces plateformes et microsites jouent un rôle important quant à la promotion des talents dans le domaine de la propriété intellectuelle pour la Chine et à la diffusion des connaissances relatives à la propriété intellectuelle dans la société dans son ensemble.

RENFORCER LA SENSIBILISATION À LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE POUR PROMOUVOIR LE RESPECT DE LA LÉGISLATION RELATIVE À L'IMPORTATION ET À L'EXPORTATION EN CHINE

*Contribution établie par M. Liu Yang, vice-directeur, Division des affaires juridiques, Sous-division administrative de Guangdong, Administration générale des douanes de la République populaire de Chine**

RÉSUMÉ

Le présent document contient les principales méthodes employées par l'Administration générale des douanes de la République populaire de Chine pour mener des campagnes de sensibilisation à la propriété intellectuelle en vue de promouvoir le respect de la législation relative à l'importation et à l'exportation.

L'Administration générale des douanes de la République populaire de Chine est un organisme gouvernemental responsable de la supervision et de la gestion des marchandises (arrivées et départs) sur le territoire douanier de la partie continentale de la République populaire de Chine et chargé par la loi d'assurer les fonctions de protection des droits de la propriété intellectuelle des marchandises importées et exportées. Elle a déployé des efforts considérables ces dernières années pour mener des campagnes de sensibilisation visant toutes les catégories de personnes concernées à l'aide de différents moyens et supports. Ces campagnes ont donné d'excellents résultats en renforçant efficacement la connaissance du grand public en matière de protection de la propriété intellectuelle au niveau des importations et des exportations, en réduisant le nombre de violations et de contrefaçons relatives aux importations et aux exportations et en créant des conditions favorisant l'arrêt volontaire de ces atteintes aux droits de propriété intellectuelle.

I. INTRODUCTION

1. Avec sa longue expérience en matière d'application de la propriété intellectuelle, l'Administration générale des douanes de la République populaire de Chine (douanes chinoises) a parfaitement pris conscience que, pour assurer la protection de la propriété intellectuelle des marchandises importées et exportées, il était essentiel de sensibiliser le grand public à la propriété intellectuelle pour amener ce dernier à respecter la législation de façon volontaire. Les méthodes spécifiques employées par les douanes chinoises sont présentées dans ce document.

II. TIRER PROFIT DES ÉVÉNEMENTS IMPORTANTS POUR MENER DE VASTES CAMPAGNES DE DIFFUSION DES INFORMATIONS

2. Avec la "Journée mondiale de la propriété intellectuelle", le 26 avril, la Chine célèbre chaque année, durant la semaine du 20 au 26 avril, sa "Semaine de la promotion de la propriété intellectuelle". Durant cette période, les douanes chinoises concentrent leurs efforts pour mener de vastes campagnes nationales de sensibilisation, sous diverses formes, afin de diffuser des informations en matière de protection de la propriété intellectuelle par les services

* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

douaniers à l'intention des entreprises d'importation et d'exportation ainsi que du public en vue de sensibiliser ces derniers sur ces questions et de renforcer leurs moyens de prévention de la contrefaçon. Par exemple, les douanes chinoises publient chaque année par différents canaux médiatiques son "Livre blanc relatif à la protection de la propriété intellectuelle par les services douaniers chinois" dans le but de promouvoir les travaux qu'elles ont menés en matière de protection de la propriété intellectuelle au cours de l'année écoulée. Des rapports présentant des affaires courantes en lien avec les activités de protection de la propriété intellectuelle sont également publiés tous les ans en vue de démontrer l'efficacité et la volonté des douanes chinoises dans leur lutte contre la contrefaçon relative aux importations et aux exportations. Au cours de cette semaine de promotion de la propriété intellectuelle, les organismes douaniers locaux publient également des nouvelles et des informations sur différents supports et distribuent des dépliants, aux entrées et sorties des ports, destinés aux transporteurs de marchandises et aux passagers pour offrir au public les informations pertinentes relatives à la protection de la propriété intellectuelle par les services douaniers et ainsi renforcer les connaissances en la matière. De plus, les douanes chinoises mènent des campagnes de sensibilisation dans le cadre d'autres événements majeurs, par exemple, le 8 août (Journée de la publicité légale) et le 4 décembre (Journée de la Constitution), qui permettent d'inscrire durablement et efficacement les efforts de sensibilisations qu'elles déploient.

III. UTILISER LES NOUVEAUX MÉDIAS ET TECHNOLOGIES POUR VISER EFFICACEMENT UN PUBLIC PLUS LARGE

3. Ces dernières années, le public a vu l'accès aux canaux d'informations se diversifier de manière importante tandis que l'arrivée de nouveaux médias continue de croître. Sur cette tendance, les douanes chinoises, tout en continuant d'utiliser les supports médiatiques traditionnels, comme la radio, la télévision et la presse, pour diffuser leurs informations, accordent la plus grande attention au développement de ces nouveaux médias en utilisant pleinement les nouvelles plateformes médiatiques et en adoptant ces nouvelles technologies afin de développer leur couverture médiatique et d'atteindre un public plus large. Par exemple, l'application de messagerie instantanée "WeChat" est devenue très populaire en Chine : le nombre de ses utilisateurs actifs a dépassé les 500 millions par mois et elle est disponible dans plus de 200 pays et en plus de 20 langues. Au moyen de cette plateforme, les douanes chinoises ont mis en place leur permanence téléphonique au n° 12360 et ont ouvert leur compte officiel de mainlevée douanière "Customs Release" dans le but de publier des informations sur différents sujets, notamment la protection de la propriété intellectuelle par les services douaniers. Ces informations sont mises à la disposition des utilisateurs de WeChat, gratuitement. Les statistiques montrent que plus de 500 publications relatives à ce type d'information ont été envoyées aux utilisateurs via le compte officiel des douanes chinoises. Un autre exemple concerne les vidéos et les dessins animés que produisent les douanes chinoises pour attirer l'attention du grand public à la protection de la propriété intellectuelle par les services douaniers. Ces productions, qui exposent des histoires courtes et populaires ainsi que des personnages de dessins animés attachants, sont utilisées comme un moyen d'aborder la protection de la propriété intellectuelle de manière vivante et imagée, au lieu de présenter des renseignements qui seraient autrement perçus comme rébarbatifs et pédagogiques. Ce type de support est facilement accepté par le public et contribue à promouvoir l'effet de diffusion des informations.

IV. MENER DES CAMPAGNES DE SENSIBILISATION À L'INTENTION DES ENTREPRISES D'IMPORTATION ET D'EXPORTATION POUR RENFORCER LEURS CONNAISSANCES ET LEURS MOYENS DE PRÉVENTION

4. Les entreprises d'importation et d'exportation sont les principaux acteurs du commerce extérieur de la Chine et, par conséquent, les douanes chinoises ont pour priorité de renforcer les connaissances en matière de protection de la propriété intellectuelle et les moyens de

prévention de la contrefaçon. Les douanes chinoises fournissent des conseils aux organismes douaniers locaux, à tous les niveaux, sur différentes formes d'activités de sensibilisation destinées aux entreprises d'importation et d'exportation : missions aux frontières pour promouvoir la législation, journées portes ouvertes aux douanes, promotion des lois applicables aux entreprises et activités d'appui ciblées, ainsi que conférences de presse et entretiens en ligne. Les différents organismes douaniers de tous niveaux organisent aussi activement des formations spécialisées sur la protection de la propriété intellectuelle par les services douaniers à l'intention des entreprises nationales d'importation et d'exportation dans le but de diffuser des informations relatives à la protection de la propriété intellectuelle en lien avec les importations et les exportations et de répondre aux questions des entreprises. S'agissant des grandes entreprises du pays, les douanes chinoises y effectuent régulièrement des visites afin de relever les problèmes et les difficultés d'ordre pratique que les entreprises ont pu rencontrer en matière de propriété intellectuelle au cours de la procédure de dédouanement, de leur rappeler de rester vigilants face aux risques liés à la contrefaçon et de les encourager à faire preuve d'innovation en la matière.

5. La Chine est un important pays d'industriels et de fabricants au niveau mondial. Des violations involontaires de la part des entreprises chinoises peuvent parfois se produire lorsque celles-ci acceptent des commandes de l'étranger dont les informations concernant la situation sur les droits de propriété intellectuelle sont insuffisantes. Par conséquent, les douanes chinoises fournissent également un service de recherche aux industriels et fabricants afin de déterminer la situation des commandes en question sur le plan des droits de propriété intellectuelle et de leur rappeler si le risque d'une violation des droits de propriété intellectuelle enregistrés par les douanes chinoises existe. Entre-temps, les règles et réglementations relatives à la protection de la propriété intellectuelle liée aux importations et aux exportations sont expliquées, clarifiées et diffusées au sein de ces entreprises. De cette manière, les efforts de sensibilisation déployés par les douanes chinoises sont étroitement liés aux activités d'importation et d'exportation des entreprises et permettent d'éviter efficacement la contrefaçon au cours des processus de transformation et de fabrication au niveau des exportations.

V. MENER DES ACTIVITÉS COMPLÈTES DE DIFFUSION DES INFORMATIONS POUR FACILITER LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION DES BONNES RELATIONS

6. Tout en allouant des ressources consacrées à ses propres efforts de sensibilisation, les douanes chinoises participent aussi activement aux campagnes de communication de la région Asie et Pacifique et organisent des activités pertinentes conjointement avec des administrations de propriété intellectuelle de différents types et niveaux en vue de rassembler leurs efforts et de créer des conditions propices à la promotion de la conformité et de l'innovation. De plus, les douanes chinoises accordent une grande importance aux échanges et à la collaboration avec les autorités douanières d'autres pays et régions au niveau international. Ces partages et échanges de connaissances favorisent la promotion de la compréhension mutuelle et du renforcement des moyens de faire respecter les droits. Par exemple, la "Formation sur la protection de la propriété intellectuelle par les services douaniers" a été accueillie le 25 avril 2016, à Beijing, par l'Administration générale des douanes de la République populaire de Chine à l'intention des douaniers venant de six pays du continent africain, notamment du Ghana, d'Égypte et d'Éthiopie. L'objectif de cette formation était de présenter les expériences acquises et les principales méthodes adoptées par les douanes chinoises en matière de protection de la propriété intellectuelle. De nombreux titulaires de marques étaient invités pour interagir avec les douaniers de ces six pays afin d'échanger leurs points de vue sur la manière de garantir la protection de leurs droits de propriété intellectuelle. Les participants ont grandement apprécié cette formation, qui a produit d'excellents résultats en termes de diffusion des renseignements et de formation.

7. La sensibilisation à la propriété intellectuelle relative aux importations et aux exportations s'est particulièrement renforcée au moyen d'une série de campagnes de diffusion et la

contrefaçon au niveau des importations et des exportations a été sensiblement limitée. Toutefois, les douanes chinoises sont conscientes que le développement d'une sensibilisation à la propriété intellectuelle fait partie d'un processus à long terme qui nécessite des efforts constants. La prochaine étape pour les douanes chinoises consistera à examiner attentivement les résultats de ses expériences passées, à apprendre des méthodes fructueuses pratiquées par d'autres autorités douanières dans le monde, à s'adapter rapidement aux tendances sociales et économiques de la Chine et à innover dans ses méthodes de diffusion, à promouvoir la sensibilisation du grand public en matière de propriété intellectuelle liée aux importations et aux exportations et à exercer une plus grande influence sur la stratégie de développement de la Chine fondée sur l'innovation.

L'ÉCOLE GRECQUE DU DROIT D'AUTEUR – SENSIBILISER LES ÉLÈVES DU PRIMAIRE ET DU SECONDAIRE À LA PROTECTION DU DROIT D'AUTEUR

*Contribution établie par l'Organisation du droit d'auteur hellénique et le Ministère hellénique de la culture et des sports**

RÉSUMÉ

L'Organisation du droit d'auteur hellénique (HCO) est l'autorité compétente en matière de droit d'auteur et de droits connexes. En 2014, elle a élaboré, en collaboration avec une équipe d'enseignants, un programme éducatif sur la protection du droit d'auteur et des droits connexes intitulé, "Droit d'auteur". Ce programme vise à attirer l'attention des élèves sur l'importance du droit d'auteur et des droits connexes dans notre société actuelle et leur rôle clé dans la promotion de la créativité et de la culture. Pour l'année scolaire 2015-2016, la HCO a décidé d'en élargir la diffusion et d'étoffer ses activités. C'est dans ce contexte qu'elle a mis sur pied "l'École grecque du droit d'auteur". L'organisation a reçu une bourse de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) qui lui a permis de développer ce projet et d'instruire les enseignants de toute la Grèce sur les questions de droit d'auteur. C'est la première fois qu'un tel programme, soutenu par le Ministère de l'éducation et l'Union européenne, est mis en œuvre en Grèce.

I. L'ORGANISATION DU DROIT D'AUTEUR HELLÉNIQUE

1. L'Organisation du droit d'auteur hellénique est une personne morale de droit privé placé sous la tutelle du Ministère de la culture et des sports. Elle est l'autorité compétente en Grèce en matière de droit d'auteur et de droits connexes qui, entre autres,

- supervise les sociétés de perception et les sociétés de gestion collective, et élabore des lois en matière de droit d'auteur et de droits connexes,
- représente la Grèce auprès de l'Union européenne et des organisations internationales telles que l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ou l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO),
- organise des séminaires, des manifestations et des conférences pour former des juges, des avocats, des titulaires de droits, etc., et
- fournit des informations générales au public.

II. HISTORIQUE : LE PROGRAMME ÉDUCATIF DURANT L'ANNÉE SCOLAIRE 2014-2015

2. En 2014, l'Organisation du droit d'auteur hellénique a élaboré, en collaboration avec une équipe d'enseignants et d'experts en éducation, un programme éducatif pilote sur la protection du droit d'auteur et des droits connexes intitulé, "Droit d'auteur et droits connexes". Ce

* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

programme s'adresse aux élèves des deux dernières années de l'enseignement primaire (cinquième et sixième).

3. Ce programme vise à attirer l'attention des élèves sur l'importance du droit d'auteur et des droits connexes dans notre société actuelle et leur rôle clé dans la promotion de la créativité et de la culture. Il s'adresse aussi aux enseignants qui sont chargés de transmettre le message aux enfants. Soutenu par le Ministère de l'éducation, ce programme éducatif a été lancé au cours de l'année scolaire 2014-2015 dans plusieurs écoles du pays. Pour le promouvoir, la HCO a organisé une série de séminaires dans toute la Grèce. Plusieurs auteurs et artistes ont participé à ces événements, partageant leur expérience en matière de droit d'auteur et expliquant comment il leur permet de gagner leur vie et de continuer à créer et à se produire. L'objectif était d'ouvrir une voie de communication entre l'organisation et les enseignants pour les rendre sensibles à l'importance du droit d'auteur. L'accent a ainsi été mis sur la communication personnelle et le développement d'une relation de confiance. Les instituteurs sont encouragés à utiliser toutes ces nouvelles données pour enseigner le programme "Droit d'auteur et droits connexes", mais aussi à les intégrer dans divers autres sujets. La HCO a aussi spécialement créé et déposé un logo pour ce projet (Orphée – *octopus polytalantus*).



III. L'ÉCOLE GRECQUE DU DROIT D'AUTEUR – ANNÉE SCOLAIRE 2015-2016

4. Le Ministère de l'éducation a encore soutenu le programme "Droit d'auteur et droits connexes" en 2015-2016, mais au vu du succès des séminaires de l'année précédente, l'Organisation du droit d'auteur hellénique a décidé d'en élargir la diffusion et d'étoffer ses activités.

5. La HCO a reçu pour ce projet une bourse de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) qui lui a permis de poursuivre son programme éducatif et d'instruire les enseignants de toute la Grèce sur les questions de droit d'auteur. Les principaux domaines d'activité du projet "École grecque du droit d'auteur" sont décrits ci-dessous :

A. SÉMINAIRES

6. Cette année, pour promouvoir le programme, 10 séminaires ont été organisés pour les enseignants des écoles primaires et secondaires dans 10 villes différentes. Plus de 400 personnes ont participé à ces colloques qui, s'appuyant sur l'expérience de l'année précédente, ont été améliorés afin de mieux répondre aux besoins des enseignants et aborder des sujets qui correspondaient plus précisément au travail effectué en classe. En outre, les expériences personnelles que les divers auteurs et artistes ont partagées lors des différentes manifestations ont été source de discussions animées et enrichissantes. L'approche générale de ces séminaires consiste à encourager les enseignants à mettre en œuvre le programme éducatif et à leur faire prendre conscience de l'importance du droit d'auteur en leur montrant à

quel point il fait partie de notre quotidien et comment ils peuvent tirer le meilleur parti des éléments de flexibilité qu'il nous offre (les exceptions et les limitations, par exemple). D'aucuns pensent que les enfants doivent comprendre que leurs films, musique, jeux vidéo, photos, livres, etc., préférés sont le résultat d'une longue chaîne créative qu'ils doivent respecter pour qu'elle puisse durer.

B. DOCUMENTATION

7. De la documentation a été distribuée aux participants des différentes manifestations et aux écoles du pays tout entier. La documentation distribuée cette année a été mise à jour et étoffée.

C. SITE WEB/COPYRIGHTSCHOOL.GR

8. Un site Web (copyrightschool.gr), conçu pour les différentes parties intéressées, a été lancé pour soutenir le projet "École grecque du droit d'auteur". Il contient des informations sur le droit d'auteur et l'éducation destinées aux élèves du primaire et du secondaire (foire aux questions, jeux, vidéos, guides, BD, autocollants, etc.), aux enseignants (programme éducatif avec instructions, foire aux questions, guides, présentations PowerPoint, affiches, puzzles, quiz, etc.) et aux parents (foire aux questions). C'est un site Web dynamique dont le contenu est régulièrement mis à jour.

D. JEUX ÉLECTRONIQUES

9. Trois jeux électroniques autour du thème du droit d'auteur ont été développés et sont disponibles sur le site Web. Les enfants peuvent ainsi apprendre ce qu'est le droit d'auteur tout en s'amusant. Il est à noter que le personnage principal du site Web et des jeux est Orphée, la pieuvre qui est également le logo du projet.

E. VIDÉO D'ANIMATION SUR LE DROIT D'AUTEUR

10. Dernier élément, mais non des moindres, un petit film d'animation sur la protection du droit d'auteur a été créé dans le cadre du projet "École grecque du droit d'auteur". Cette vidéo a été conçue par un artiste de renommée internationale, auteur de nombreuses œuvres pour lesquelles il a été récompensé plusieurs fois. M. Panagiotis Rappas a donné vie à Orphée, la pieuvre aux multiples talents, qui partage son art avec toutes les créatures marines. Mais lorsque ces dernières considèrent son travail pour acquis et ne prennent pas la peine de le récompenser, Orphée est obligé de gagner sa vie autrement. L'océan, laissé sans œuvres d'art, perd ainsi toutes ses couleurs. Les créatures marines réalisent alors à quel point il était important de permettre à Orphée de gagner sa vie grâce à son art.

11. Il est à noter que c'est la première fois qu'un programme éducatif de ce genre, soutenu par le Ministère de l'éducation, est lancé en Grèce. Il a suscité jusqu'à présent l'enthousiasme et le soutien de toutes les parties intéressées et a contribué au développement de liens plus étroits entre droit d'auteur et éducation ainsi qu'à une meilleure collaboration.

DONNÉES D'EXPÉRIENCE DE LA HONGRIE EN MATIÈRE DE SENSIBILISATION DU PUBLIC

*Contribution établie par Mme Roberta Pál, secrétaire adjoint au Conseil national de lutte contre la contrefaçon (Hongrie)**

RÉSUMÉ

Le Conseil national de lutte contre la contrefaçon (NBAC) est un organe consultatif chargé de donner son avis sur les questions qui lui sont soumises. Il a été créé en 2008 par le Gouvernement hongrois à la demande de l'Office hongrois de la propriété intellectuelle (HIPO). Le plan d'action du NBAC est axé sur la sensibilisation des jeunes et des entrepreneurs (en particulier les petites et moyennes entreprises (PME)). En ce qui concerne les activités de sensibilisation destinées aux PME, le NBAC a fourni des informations et des conseils aux membres de l'Association des jeunes entrepreneurs de Hongrie (FIVOSZ) et a organisé des séminaires avec les chambres de commerce régionales. Pour les activités de sensibilisation destinées aux jeunes, le NBAC a installé des tentes d'information dans le cadre de festivals de musiques, mené des activités de sensibilisation auprès des enfants dans le cadre d'une exposition interactive et de visites dans les écoles et a organisé un concours sur les médicaments de contrefaçon. Pour les activités de sensibilisation destinées au grand public, le NBAC a organisé des séminaires dans le cadre de l'Art Market Budapest ainsi qu'un concours pour les enseignants dans lequel ces derniers devaient créer du matériel pédagogique sur la propriété intellectuelle. Le NBAC tient à jour des sites Web (<http://www.hamisitasellen.hu/> et <http://www.hamisitasellen.hu/hamisgyogyszer/>), un profil Facebook, un blog sur la propriété intellectuelle et la contrefaçon et est très présent dans les médias.

I. PRÉSENTATION DU CONSEIL NATIONAL DE LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON (NBAC)

1. Le Conseil national de lutte contre la contrefaçon (NBAC) est un organe consultatif chargé de donner son avis sur les questions qui lui sont soumises et qui repose sur un partenariat public-privé. Créé en 2008 sur décision du gouvernement, il applique les dispositions du décret gouvernemental n° 287/2010 (XII. 16) sur le Conseil national de lutte contre la contrefaçon (décret gouvernemental). Son président est le ministre de la justice et son vice-président est le président de l'Office hongrois de la propriété intellectuelle (HIPO). Son budget est géré par l'Office hongrois de la propriété intellectuelle, qui assure également le secrétariat du NBAC. Il compte parmi ses 21 membres des ministres et des représentants des autorités, ainsi que des associations professionnelles et des groupes d'intérêts privés.

2. Conformément aux dispositions du décret gouvernemental, le NBAC a pour fonctions d'élaborer et d'appliquer la stratégie nationale et les plans d'action en matière de lutte contre la contrefaçon; de coordonner et de soutenir les activités du gouvernement en rapport avec les initiatives et programmes internationaux et européens de lutte contre la contrefaçon; d'analyser et de systématiser les données statistiques relatives à la contrefaçon; de lancer et de coordonner les campagnes de sensibilisation et d'information et d'assurer leur bonne mise en œuvre; de former les fonctionnaires des organismes chargés de l'application de la loi; et de

* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

participer à l'élaboration d'amendements législatifs concernant l'application des droits de propriété intellectuelle.

3. Le NBAC a créé un Plan d'action de lutte contre la contrefaçon (ci-après dénommé "plan d'action") pour la période 2011-2015, qui fait désormais partie intégrante du Plan Jedlik sur la stratégie nationale pour la protection de la propriété intellectuelle pour la période 2013-2016.

4. Ce plan d'action s'appuie sur les tâches du NBAC définies par le décret gouvernemental et vise trois objectifs principaux qui constituent les piliers du plan d'action : le premier pilier concerne l'application plus efficace des droits; le deuxième pilier concerne la sensibilisation des consommateurs et des utilisateurs de l'Internet; et le troisième pilier concerne la sensibilisation au rôle essentiel que jouent la lutte contre la contrefaçon, d'une part, et l'aide fournie aux entreprises aux fins de l'application des droits, d'autre part, dans le bon fonctionnement de l'économie. Pour réduire l'offre et la demande de produits de contrefaçon, il faut renforcer l'application des droits et mieux informer les consommateurs et les utilisateurs de l'Internet.

5. Le plan d'action divise le deuxième pilier (sensibilisation des consommateurs et des utilisateurs de l'Internet) en deux domaines stratégiques : la sensibilisation du public et la sensibilisation des jeunes. Le troisième pilier du plan d'action, concernant les aspects économiques, comprend également des activités de sensibilisation destinées aux entrepreneurs (axées sur les petites et moyennes entreprises (PME)).

6. Le NBAC mène ses activités de sensibilisation conformément aux dispositions du décret gouvernemental et du plan d'action. Il adopte également un programme de travail annuel à partir de ces instruments. Pour 2015 et 2016, le NBAC a décidé de cibler les jeunes et les PME.

II. ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION MENÉES PAR LE NBAC

A. ENTREPRENEURS

7. En 2015, le NBAC a invité l'Association des jeunes entrepreneurs de Hongrie (FIVOSZ) à participer à un nouveau groupe de travail sur l'infocommunication créé dans le but d'entamer une réflexion sur la façon d'assurer une meilleure protection des consommateurs et de mieux les informer pour réduire le nombre d'atteintes en ligne. Deux ateliers ont été organisés pour les membres de la FIVOSZ sur la protection des droits de propriété intellectuelle, l'application des droits et la gestion de l'image de marque.

8. Au cours des six derniers mois, le NBAC s'est rendu dans deux chambres de commerce et d'industrie pour présenter à des PME des exposés sur les principes de base de la propriété intellectuelle, la gestion de l'image de marque, l'application des droits et la contrefaçon en général, et leur donner la possibilité de poser des questions aux experts du NBAC et de demander conseil.

9. Depuis plusieurs années, la Business Software Alliance (BSA) et le NBAC éditent un bulletin d'information qu'ils envoient aux PME afin de les sensibiliser aux dangers liés à l'utilisation des logiciels de contrefaçon et de promouvoir les avantages des logiciels légaux.

B. JEUNES

a) Festivals d'été

10. Il est indispensable de sensibiliser les jeunes pour faire changer les mentalités à l'égard de la protection de la propriété intellectuelle, car plus on commence tôt, plus le résultat est

satisfaisant. Les jeunes sont créatifs, curieux, ouverts et habitués à l'instantanéité des technologies numériques. Ce sont également des consommateurs.

11. Le NBAC a participé à certains des plus grands festivals d'été en Hongrie (Sziget Festival, VOLT Festival, Valley of Arts), car ceux-ci offrent un environnement propice aux échanges avec les jeunes. Pour ce faire, le NBAC a installé une tente dans le périmètre du festival, où les visiteurs pouvaient venir voir, toucher et observer des produits de contrefaçon et apprendre auprès du personnel du NBAC à reconnaître les produits de contrefaçon dans le quotidien. De nombreuses personnes se rendent à ces festivals sur une période courte. Les visiteurs sont plus ouverts et réceptifs aux messages du NBAC dans le cadre de ces festivals que dans un autre type d'environnement.

12. Le message principal que le NBAC tente de faire comprendre aux festivaliers est que les décisions qu'ils prennent en tant que consommateurs ont des incidences économiques et que, lorsqu'ils achètent des produits de contrefaçon, non seulement ils font fausse route, du fait que la plupart des produits de contrefaçon sont de qualité moindre, ont une durée de vie limitée et n'offrent aucune garantie au consommateur, mais ils mettent leur santé et leur sécurité en danger, tout en favorisant le marché noir et le crime organisé. Il faut que les consommateurs comprennent qu'un seul produit de contrefaçon acheté est susceptible de déclencher une réaction en chaîne négative qui peut avoir des conséquences non seulement sur leur vie, mais également sur celle des autres.

13. Le NBAC a reçu de nombreux témoignages des festivaliers, qui étaient très satisfaits du message du NBAC. Ce retour positif concernait la tente la plus visitée à Civil Sziget (la partie du festival réservée aux autorités, aux associations et aux organismes qui ne sont pas uniquement des fournisseurs de services culturels). De nombreux visiteurs ont inscrit un message dans le livre d'or. Ces messages sont la preuve que les expositions étaient utiles et que de nombreuses personnes se sentent désormais concernées par la question de la lutte contre la contrefaçon.

14. Le NBAC s'efforce, année après année, de renouveler ses expositions et d'inclure des jeux et des programmes interactifs qui soient à la fois nouveaux et intéressants.

b) Exposition et salle de classe itinérante

15. L'idée d'une exposition et d'une salle de classe itinérante est venue après qu'un enseignant du secondaire a examiné de près les travaux du NBAC dans la tente installée au festival Valley of Art et proposé d'organiser une leçon interactive susceptible d'intéresser les élèves.

16. Les élèves du secondaire, bien qu'ils s'intéressent de près aux habits et à la mode, ne sont pas forcément conscients des risques liés à l'achat de vêtements de marque de contrefaçon, y compris pour la santé. En 2015, le NBAC s'est intéressé en particulier à ce groupe d'âge et a organisé une exposition de deux mois à l'Office hongrois de la propriété intellectuelle ainsi que des séances particulières dans les écoles, où il a installé une salle de classe itinérante qui reprenait des éléments de l'exposition. L'exposition et la salle de classe itinérante ont permis aux élèves d'examiner des produits de contrefaçon, de découvrir ce qu'est un consommateur responsable et les dangers liés à l'utilisation des produits de contrefaçon disponibles sur le marché, et d'apprendre à dire "non" à la contrefaçon.

17. L'Office hongrois de la propriété intellectuelle, avec l'assistance de l'Agence hongroise de la propriété intellectuelle HIPAvilon, a accueilli 900 élèves de huit écoles secondaires dans le cadre de ce projet. Les élèves ont pu assister, sur une période de deux heures, à des exposés présentés par des experts de la propriété intellectuelle et du droit d'auteur, ainsi que par des fonctionnaires de la Direction nationale des impôts et des douanes (NTCA). Les exposés

présentés ont été adaptés en fonction des centres d'intérêt des élèves et accompagnés d'exercices interactifs répartis sur cinq postes, comprenant un bureau de tri où les élèves pouvaient voir directement comment les collègues du NTCA contrôlent les colis arrivant en Hongrie et une table où ils pouvaient toucher et sentir les produits et apprendre à reconnaître les produits de contrefaçon. Ce fut un choc pour les élèves d'apprendre qu'il existe autant de brevets, de marques et de dessins et modèles réunis dans chacun de leurs téléphones mobiles, sans oublier les logiciels. La borne Rubik's Cube a rencontré un franc succès même auprès des élèves les plus timides, et ceux qui souhaitaient tester leurs nouvelles connaissances en matière de protection de la propriété intellectuelle ont pu le faire à cette borne de contrôle interactive.

18. Ce projet a rencontré un vif succès auprès des élèves, qui ont été heureux de participer aux jeux interactifs et d'assister aux exposés. Compte tenu du succès rencontré par ce projet et de l'intérêt manifesté par les écoles, le NBAC a décidé de continuer à donner des conférences interactives sur la propriété intellectuelle en 2016. À la fin mai 2016, le NBAC s'était rendu dans huit écoles, dont sept situées à l'extérieur de Budapest.

c) Concours sur les médicaments de contrefaçon

19. En 2015, le NBAC a lancé un concours sur les médicaments de contrefaçon, destiné aux élèves du secondaire. Le NBAC a reçu de nombreuses réalisations des élèves, notamment des bandes dessinées, des exposés, des vidéos, des affiches, etc. Le secrétariat et les représentants du groupe de travail du NBAC ont récompensé les meilleures réalisations. Le NBAC prévoit d'utiliser ces œuvres dans le cadre de ses futures campagnes de sensibilisation.

20. En 2016, le NBAC a décidé d'envoyer des affiches aux pharmacies afin de sensibiliser les consommateurs aux risques liés à l'achat de médicaments et de compléments alimentaires auprès de sources peu fiables.

C. GRAND PUBLIC

21. En 2013 et en 2015, le NBAC a pris part à une table ronde qui s'est tenue à l'Art Market Budapest. Le président et certains membres du Groupe de travail sur la lutte contre la contrefaçon des œuvres d'art ont organisé une activité d'une demi-journée comprenant des exposés présentés par des conférenciers hongrois et internationaux et une table ronde sur le thème de la contrefaçon. En 2015, la table ronde portait sur la célèbre affaire des faux tableaux peints par le peintre allemand Beltracchi et avait suscité l'intérêt de nombreux visiteurs.

22. En 2013, le NBAC a lancé un concours destiné aux enseignants, dans lequel ils devaient élaborer un projet de matériel pédagogique sur la propriété intellectuelle. L'ensemble du matériel pédagogique reçu durant le concours a été mis à disposition gratuitement sur le site Web de l'Office hongrois de la propriété intellectuelle. Ce concours a rencontré un vif succès, de nombreux projets intéressants et de qualité ayant été soumis concernant la propriété intellectuelle relative à la littérature, à l'informatique et à d'autres domaines, tels que l'histoire.

23. Le NBAC a tissé des liens étroits avec une agence de médias chargée notamment de la rédaction et de la gestion des communiqués de presse et des entrevues. Le NBAC se charge également de traduire et de diffuser les communiqués de presse de l'Observatoire européen des atteintes aux droits de propriété intellectuelle dans divers domaines et divers secteurs. Ces communiqués de presse donnent lieu par la suite à des entrevues à la radio et à la télévision ainsi qu'à de nombreux articles en ligne et dans la presse écrite. L'objectif est de cibler la presse économique et thématique en fonction du contenu du message.

24. Le site Web principal du NBAC (<http://www.hamisitasellen.hu/>) sert à présenter des actualités nationales, européennes et internationales sur les contrefaçons, le piratage et la propriété intellectuelle, à diffuser les rapports et les enquêtes publiés dans ce domaine et à informer le public au sujet des actions menées dans le domaine de l'application des droits. Une attention particulière est accordée aux groupes d'entrepreneurs, de consommateurs, d'élèves et d'enseignants et de personnes chargées de l'application de la loi, pour les tenir informés des activités menées par le NBAC et des actualités en matière d'atteinte aux droits de propriété intellectuelle. Un autre site Web du NBAC, consacré cette fois à la contrefaçon des produits pharmaceutiques (<http://www.hamisitasellen.hu/hamisgyogyszer/>), présente des informations, des courtes vidéos ainsi que des directives destinées à aider les consommateurs à reconnaître les produits de contrefaçon et à les signaler. Le NBAC possède également un profil Facebook (qui compte actuellement 3794 abonnés) et un blog sur la propriété intellectuelle et la contrefaçon qui s'adressent aux jeunes.

25. Dans le cadre de la Design Week Budapest, le NBAC propose chaque année avec le concours de l'Agence hongroise de la propriété intellectuelle HIPAvilon une journée de conseils gratuits sur les droits de propriété intellectuelle. Cette journée se déroule dans un café où chacun peut venir poser des questions à l'un des experts du NBAC sur les problématiques de propriété intellectuelle qui l'intéressent, tout en buvant un café et en dégustant une pâtisserie. La journée se termine en général par une manifestation culturelle (telle qu'un concert en direct).

26. Le NBAC a conclu plusieurs nouveaux accords de coopération en 2015 et au premier semestre 2016, afin de conjuguer les efforts dans les domaines de la communication et de l'organisation d'événements et de conférences, pour pouvoir mettre sur pied des campagnes spécifiques. Actuellement, le NBAC a des accords avec le Bureau national de la sécurité de la chaîne alimentaire, l'Association professionnelle de l'industrie automobile hongroise, le Fonds fiduciaire de soutien et de services pour les médias, l'Association hongroise des marques et la MTVA (service public).

PROMOUVOIR LE RESPECT ET RENFORCER LA CONNAISSANCE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE : L'EXPÉRIENCE DE L'OFFICE DES BREVETS DE LA RÉPUBLIQUE DE LETTONIE

*Contribution établie par M. Arvis Grīnbergs, responsable de projet au sein de l'Office des brevets de la République de Lettonie**

RÉSUMÉ

L'Office des brevets de la République de Lettonie (ci-après dénommé "office des brevets") fournit des services d'enregistrement pour les droits de propriété industrielle et est chargé de la sensibilisation à la propriété industrielle en République de Lettonie. Le présent document décrit les activités les plus récentes ainsi que diverses initiatives de l'office des brevets visant à promouvoir le respect de la propriété intellectuelle et à informer la société lettone sur les avantages de l'utilisation du système de propriété intellectuelle.

I. INTRODUCTION

1. Dans le cas de nombreux pays, l'élaboration d'un système de propriété intellectuelle équilibré et efficace pose d'importants problèmes. Le système de propriété intellectuelle doit être moderne afin de répondre aux besoins des utilisateurs et de permettre une coopération efficace entre les organes gouvernementaux compétents. Le présent document décrit les initiatives et les activités de l'Office des brevets de la République de Lettonie (ci-après dénommé "office des brevets") dans le domaine de la promotion du respect de la propriété intellectuelle.

II. CONCERNANT L'OFFICE DES BREVETS DE LA RÉPUBLIQUE DE LETTONIE

2. L'office des brevets est une institution d'État chargée de la délivrance des droits de propriété industrielle, y compris les brevets, les marques, les dessins et modèles industriels et les topographies de produits semi-conducteurs, de la diffusion d'informations en matière de propriété intellectuelle et de mieux faire connaître les droits de propriété intellectuelle auprès des usagers, y compris, les petites et moyennes entreprises (PME), les chefs d'entreprises, les étudiants et les jeunes, les universités, les conseils en brevets et les juges. Conformément à la réglementation concernant l'office des brevets, ses fonctions sont les suivantes :

- enregistrer les objets de propriété industrielle;
- mieux faire connaître la protection de la propriété industrielle et son importance;
- s'acquitter des obligations contractées au titre des accords contraignants conclus par la République de Lettonie;
- fournir des services d'information et tenir à jour un inventaire d'informations spécialisées dans le domaine de la protection des droits de propriété industrielle.

3. Depuis sa création, l'office des brevets a mené diverses activités et a mis en œuvre différents programmes visant à diffuser des informations sur la protection de la propriété intellectuelle et à sensibiliser plusieurs publics cibles. Parmi ces activités, plusieurs ont été

* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

mises en œuvre en collaboration avec l'Office européen des brevets (OEB), l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) et l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), ou grâce à leur appui. Toutes ces activités sont menées conformément au plan de travail qui est établi chaque année et qui est approuvé par le directeur de l'office des brevets. Le plan de travail comprend une liste des événements qui doivent être organisés par l'office des brevets, ou avec sa participation, au cours de l'année.

4. Outre ses partenaires internationaux, l'office des brevets coopère avec plusieurs partenaires nationaux, notamment la Chambre de commerce et d'industrie de Lettonie, l'Agence lettone d'investissement et de développement, le Ministère de la justice, le Ministère de la culture, l'organisation Junior Achievement, les universités dans tout le pays et d'autres.

5. En ce qui concerne les activités directement liées à l'application des droits, il convient de mentionner que l'office des brevets, en tant qu'administration chargée de délivrer les titres de propriété intellectuelle, ne participe pas aux activités d'application des droits de façon directe. Toutefois, au cours des dernières années, l'office des brevets a facilité et apporté son appui à l'organisation de plusieurs activités de formation à l'intention des organismes publics chargés de l'application des droits, comme les forces de police, les services des douanes et les tribunaux, et avec leur coopération.

III. SENSIBILISATION : FAITS MARQUANTS CONCERNANT LES ACTIVITÉS PASSÉES ET L'EXPÉRIENCE ACQUISE

6. Afin de souligner l'importance de la propriété intellectuelle et de rendre honneur aux Lettons qui déposent des demandes de protection nationale ou internationale de marques, depuis 2013, l'office des brevets organise un concours annuel de la "Meilleure marque de l'année", lors duquel des prix spéciaux sont décernés aux lauréats du concours dans les catégories "Meilleure marque de l'année – Lettonie" et "Meilleure marque de l'année – Monde". La cérémonie de remise des prix se déroule lors de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle. Les lauréats sont sélectionnés grâce au vote du public (à hauteur de 50%) et à une évaluation par une commission spéciale (à hauteur de 50%), qui est composée de représentants de l'office des brevets, de la Chambre de commerce et d'industrie de Lettonie, de la Société lettone de créateurs de dessins et modèles, de la Banque centrale de Lettonie, et de la Riga Latvian Society. Les candidats peuvent participer à ce concours uniquement à condition que leur marque ait été enregistrée au cours de l'année civile précédente et que le candidat exerce des activités économiques au sein de la République de Lettonie. L'office des brevets organise un séminaire sur les marques avant le commencement de la cérémonie de remise des prix afin d'informer les parties intéressées des faits nouveaux survenus dans ce domaine.

7. Au cours de 2015 et 2016, l'office des brevets a signé des accords de coopération avec six universités, y compris des universités dans différentes régions de Lettonie. Le but de cette initiative est d'améliorer le niveau général des connaissances en matière de propriété intellectuelle dans ces établissements d'enseignement et ces régions. L'office des brevets coopère avec ces établissements universitaires en organisant des événements, en fournissant des documents d'information concernant la propriété intellectuelle et en offrant des consultations à l'intention des parties intéressées, comme les chefs d'entreprise, les PME, les étudiants et d'autres. Ces événements organisés au sein d'établissements universitaires attirent non seulement des personnels et étudiants des universités, mais aussi des chercheurs, des PME, des chefs d'entreprise, des employés municipaux et d'autres groupes cibles, ce qui se traduit par un taux de participation accru et une plus large diffusion des informations aux divers groupes cibles.

8. En 2015, l'office des brevets, en coopération avec l'EUIPO, a mis en œuvre le projet relatif à la jurisprudence intitulé "Case Law Project", qui rassemble les affaires les plus

importantes en matière de propriété intellectuelle. Ces affaires peuvent désormais être consultées sur le page d'accueil de l'office des brevets et dans la base de données "eSearch Case Law" de l'EUIPO.

9. À partir de 2013 et jusqu'en 2015, l'office des brevets a organisé plus de 30 séminaires différents, a participé à plus de 20 expositions internationales, a donné des conférences dans plusieurs universités lettones et a apporté son appui à des déposants lettons concernant la façon d'utiliser le système de protection de la propriété intellectuelle en Lettonie et à l'étranger.

10. Chaque année, approximativement 1500 personnes participent aux événements organisés par l'office des brevets, témoignant ainsi de l'intérêt porté par la société lettone à la propriété intellectuelle et à sa protection.

IV. PLAN DE SENSIBILISATION POUR 2016

11. Pour l'année 2016, l'office des brevets projette d'organiser et de participer à un total de 42 événements, y compris le concours annuel de la "Meilleure marque de l'année", un séminaire à l'intention de fonctionnaires des services des douanes locales, un séminaire annuel à l'intention des juges et des événements organisés en coopération avec des partenaires internationaux. L'office des brevets organisera plusieurs séminaires et ateliers de travail pour d'autres publics cibles, tels que les PME, les universitaires et les jeunes, et participera à plusieurs expositions internationales en présentant des exposés adaptés aux particularités de chaque exposition.

12. L'office des brevets collabore activement avec le Centre de formation judiciaire de Lettonie, qui est la seule institution en République de Lettonie à offrir des formations continues à l'intention des juges et du personnel des tribunaux. En 2015, l'office des brevets a organisé pour la première fois une formation annuelle destinée aux juges et au personnel des tribunaux, afin de les informer sur les dernières évolutions dans le domaine de la propriété intellectuelle et de leur offrir la possibilité de participer à des discussions concrètes avec des experts dans le but d'améliorer la qualité globale des jugements en matière de propriété intellectuelle.

13. L'office des brevets a également conclu un accord avec les autorités douanières de Lettonie concernant l'organisation annuelle d'un événement spécial à l'intention des membres du personnel des douanes, dans le but d'informer les participants des faits nouveaux dans ce domaine, de les former en matière de propriété intellectuelle et concernant les moyens juridiques de faire appliquer les droits, de fournir des informations concrètes émanant d'experts sur la manière de reconnaître les articles de contrefaçon et aussi de les informer quant aux pratiques recommandées.

14. L'office des brevets a conscience qu'il est très important de mettre l'accent sur les jeunes dans le cadre de la lutte contre la contrefaçon et le piratage. Par conséquent, l'office des brevets prévoit d'établir un plan pour une campagne de sensibilisation à la propriété intellectuelle s'adressant tout particulièrement aux jeunes et les informant des conséquences néfastes du piratage, de l'achat d'articles de contrefaçon et des atteintes aux droits de propriété intellectuelle. Le lancement de cette campagne est prévu en 2017.

15. Afin d'accroître le niveau de commercialisation des inventions et d'établir un groupe de professionnels de la propriété intellectuelle dans le domaine du transfert des connaissances des institutions universitaires, l'office des brevets, en coopération avec l'Estonie et la Lituanie, participera à un projet pilote de l'OMPI visant à créer un modèle pour établir une base d'experts spécialisés en transfert des connaissances et en gestion stratégique de la propriété intellectuelle dans la région de la Baltique. On s'attend à ce que ce modèle soit copié et que le processus soit répété par les bénéficiaires du projet, c'est-à-dire, que les participants soient en

mesure d'agir en qualité de formateurs en la matière et de reproduire ainsi l'impact du processus dans d'autres domaines de l'innovation.

16. L'office des brevets coopère aussi de façon active avec la Société des créateurs de dessins et modèles de Lettonie, qui est une organisation professionnelle de création réunissant des experts dans différents domaines de création de dessins et modèles. Pour l'année 2016, la coopération a été envisagée par rapport à trois initiatives : 1) l'office des brevets prévoit de créer des modèles d'accord type (pour les accords de concession de licences, de production de dessins et modèles, de changement de titulaire, de confidentialité) et de les rendre accessibles sur sa page d'accueil à titre gratuit, dans le but d'aider les concepteurs lettons qui enregistrent leurs dessins et modèles, en tenant compte de leurs ressources limitées et de l'importance de ces accords pour leurs activités commerciales; 2) l'office des brevets fait partie du jury qui délivre le prix annuel récompensant les meilleurs dessins et modèles; et 3) la Société des créateurs de dessins et modèles de Lettonie fait partie du jury pour le concours de la "Meilleure marque de l'année".

V. INITIATIVES À LONG TERME

17. En ce qui concerne les années à venir, l'office des brevets prévoit de renouveler les événements annuels qui ont connu du succès par le passé.

18. En 2017, une attention toute particulière sera donnée à une collaboration renforcée avec le Ministère de l'éducation et des sciences, en vue d'une sensibilisation accrue dans les écoles en veillant à ce que la propriété intellectuelle fasse partie du programme scolaire en République de Lettonie, ce qui n'est pas le cas actuellement. Il est prévu que cette initiative comprenne plusieurs séances de formation à l'intention d'enseignants de Riga et des régions de la Lettonie ainsi que l'élaboration d'un kit pédagogique spécialisé à l'intention des enseignants et de matériel didactique à l'intention des écoliers du primaire et du secondaire.

19. L'office des brevets met actuellement la touche finale à la création du kit pédagogique. Le kit servira de guide en matière de propriété intellectuelle et aidera les enseignants à mieux comprendre comment former les élèves à ces questions. Ce matériel sera disponible à titre gratuit et distribué dans les établissements scolaires de la République de Lettonie.

20. Afin d'éveiller l'intérêt des jeunes pour les questions liées à la propriété intellectuelle et de promouvoir l'innovation et la créativité dans les écoles, l'office des brevets prévoit d'organiser un concours portant sur la propriété intellectuelle. Les établissements scolaires intéressés pourront soumettre des projets, qui seront évalués en fonction de critères qui ont été élaborés et approuvés. L'office des brevets décernera un prix spécial aux lauréats de ce concours.

21. Étant donné le fait que les PME représentent environ 99% de l'ensemble des entreprises en République de Lettonie, l'office des brevets prévoit d'élaborer un programme spécialement adapté et d'organiser des événements qui répondent aux besoins particuliers des PME en les informant sur les avantages de l'utilisation du système de propriété intellectuelle et en offrant des conseils sur la commercialisation des innovations, l'utilisation efficace de la propriété intellectuelle et l'application des droits de propriété intellectuelle.

VI. CONCLUSION

22. Les paragraphes ci-dessus décrivent les activités et les principales initiatives visant à promouvoir le respect de la propriété intellectuelle en République de Lettonie. En conclusion, l'office des brevets estime que les offices nationaux de propriété intellectuelle tiennent une place primordiale dans la création d'un environnement au sein duquel les personnes sont bien informées sur le rôle joué par la propriété intellectuelle, la façon dont elle peut servir leurs intérêts et la manière d'en appliquer les droits efficacement.

PROGRAMMES DE SENSIBILISATION MIS EN ŒUVRE PAR LA DIRECTION NATIONALE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DU PARAGUAY

*Contribution établie par M. Héctor Balmaceda Godoy, directeur général, Direction générale de l'application des droits, Direction nationale de la propriété intellectuelle, Asunción (Paraguay)**

RÉSUMÉ

Sensibiliser la population du Paraguay à la propriété intellectuelle et lui donner les moyens d'en profiter est un facteur déterminant de la lutte contre la pauvreté. C'est pourquoi la Direction nationale de la propriété intellectuelle (DINAPI) du Paraguay a conçu et met en œuvre une stratégie dont le principal objectif est de dispenser une formation et de sensibiliser aux questions de propriété intellectuelle dans tout le pays. Ces activités s'adressent aux étudiants et enseignants du cycle secondaire, ainsi qu'aux fonctionnaires, chercheurs et utilisateurs du système de la propriété intellectuelle. Étant donné le succès de ces efforts, la DINAPI, par le biais de la Direction générale de l'application des droits, a planifié et élaboré de nouveaux projets portant, notamment, sur le droit d'auteur et les brevets, afin que les secteurs concernés par ces domaines puissent tirer avantage du système de la propriété intellectuelle.

I. INTRODUCTION

1. Le Gouvernement du Paraguay ayant pour objectif principal de lutter contre la pauvreté a décidé à cette fin d'utiliser la propriété intellectuelle comme un instrument stratégique. C'est dans cette optique qu'il a créé la Direction nationale de la propriété intellectuelle (DINAPI) en 2013. La DINAPI est chargée des questions de propriété industrielle, de droit d'auteur et d'application des droits. Pour assurer la conformité effective avec les droits de propriété intellectuelle inscrits dans la législation nationale, la Direction générale de l'application des droits a été créée au sein de la DINAPI. Conformément à l'article 13 de la loi n° 4798/12¹, elle a pour mission de défendre les droits de propriété intellectuelle sous toutes leurs formes.

2. Le décret n° 460/13² crée trois départements dans le cadre de la Direction générale de l'application des droits, dont la Direction de la promotion et de la prévention, qui a pour objectif de dispenser une formation et de sensibiliser aux questions de propriété intellectuelle dans tout le Paraguay. Les autres départements sont la Direction de la lutte contre le piratage et la contrefaçon et la Direction de la médiation et de l'arbitrage.

3. Dans le cadre de ces efforts, des séminaires et des ateliers sont organisés sur les questions de propriété intellectuelle à l'intention de divers segments de la société paraguayenne.

* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

¹ Loi n° 4798 portant création du Département national de la propriété intellectuelle (DINAPI), disponible à l'adresse suivante : <http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=13784>.

² Décret n° 460/2013 réglementant l'application de la loi n° 4798/12 qui portait création du Département national de la propriété intellectuelle (DINAPI), disponible à l'adresse suivante : <http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=13796>.

II. STRATÉGIE MISE EN PLACE PAR LA DINAPI

4. Dès son entrée en activité en 2013, la DINAPI a fait une priorité de la formation et de la sensibilisation de la population du Paraguay aux questions de propriété intellectuelle. Différentes activités ont été organisées à l'intention des fonctionnaires, des chercheurs et des utilisateurs du système de la propriété intellectuelle.

5. De même, une des priorités de la DINAPI est de diffuser les concepts fondamentaux de la propriété intellectuelle et les règles en la matière en vigueur au niveau national et international, dans des secteurs qui ne sont pas directement en lien avec la propriété intellectuelle. Pour ce faire, un programme général de sensibilisation à la propriété intellectuelle a été conçu et mis en œuvre comme décrit ci-après.

6. *À court terme* (depuis 2013), des activités de formation et de sensibilisation ont été organisées sur les notions fondamentales de la propriété intellectuelle à l'intention des enseignants du cycle secondaire et de leurs étudiants âgés de 13 à 18 ans. Le principal objectif est de faire en sorte que les jeunes qui sont sur le point d'entrer à l'université ou sur le marché du travail acquièrent une connaissance de base en matière de propriété intellectuelle. La formation des enseignants est un autre objectif primordial, compte tenu de l'effet d'entraînement qu'aura le fait de former ces professionnels dans le domaine de la propriété intellectuelle. Les enseignants étant censés rester en poste durant plusieurs années, le programme touchera un grand nombre d'étudiants dans plusieurs promotions différentes.

7. *À moyen et long terme* (à compter de 2018), le programme poursuivra la coopération avec les institutions au sein desquelles des activités ont déjà été organisées afin de renforcer la formation de base par des activités thématiques particulières.

8. Dans la même veine, des discussions ont eu lieu avec le Ministère de l'éducation et de la culture en vue d'inclure la propriété intellectuelle dans les programmes d'études et cursus actuels du cycle secondaire, cette matière étant pour l'heure proposée à titre facultatif.

9. On trouvera ci-après un résumé de certains programmes de sensibilisation.

III. LE PROJET "SAUVER LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE", ORGANISÉ PAR LA DINAPI ET LE MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION ET DE LA CULTURE

10. Suite à la conclusion d'un accord entre la DINAPI et le Ministère de l'éducation et de la culture, le projet "Sauver la propriété intellectuelle" a été mis en œuvre sur une base annuelle pour les enseignants du cycle secondaire dans l'ensemble du pays.

11. *Ateliers avec des enseignants* : les équipes techniques de la DINAPI et du Ministère de l'éducation et de la culture organisent des ateliers pour distribuer du matériel sous forme numérique sous l'appellation "apprendre à créer de la propriété intellectuelle" aux enseignants et directeurs d'écoles secondaires. Les équipes techniques sont là pour faciliter la réflexion et l'analyse du matériel dans le cadre des activités de groupe organisées durant la formation en vue d'encourager la participation des directeurs d'école et enseignants et d'éveiller leur intérêt pour les questions de propriété intellectuelle, le but étant de renforcer l'engagement civique de la communauté éducative et de promouvoir le respect de la propriété intellectuelle auprès des étudiants du cycle secondaire.

12. *Journées avec les jeunes étudiants* : de même, les rencontres avec les étudiants du cycle secondaire les sensibilisent à la propriété intellectuelle et au rôle essentiel que celle-ci joue dans le développement économique, social et culturel de l'humanité. Plusieurs stratégies méthodologiques sont suivies, qui vont des exposés présentés par des spécialistes de la propriété intellectuelle au dialogue avec des personnalités du monde culturel au niveau national

et local qui peuvent partager leurs expériences de réussite personnelle et servir de modèles aux étudiants en matière d'application des droits de propriété intellectuelle.

13. *Thèmes :*

- mise en contexte et branches de la propriété intellectuelle;
- lois et traités conclus dans le domaine de la propriété intellectuelle;
- création et organisation de la DINAPI;
- droit d'auteur et droits connexes;
- propriété industrielle;
- marques, brevets, dessins et modèles industriels et indications géographiques; et
- application des droits.

14. Suite au succès du projet, des séances distinctes de formation en propriété intellectuelle ont été ajoutées à l'intention des étudiants du cycle secondaire, l'accent étant mis sur le caractère illégal de la contrefaçon et du piratage.

15. Les statistiques actualisées (de novembre 2013 à ce jour) montrent que 2040 enseignants du cycle secondaire dans 15 des 17 régions du pays, tant dans les zones urbaines que rurales, ont été formés. De plus, 3400 élèves d'écoles publiques et privées ont participé aux diverses activités de sensibilisation organisées dans tout le Paraguay.

IV. LE PROJET DE “MISE À JOUR SUR LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE”

16. Dans l'auditorium de la DINAPI, un module intitulé “Mise à jour sur la propriété intellectuelle” a été organisé pour les chargés de cours à l'université. Huit sessions de deux heures chacune ont permis d'aborder les aspects tels que les marques, les brevets, les dessins et modèles industriels, l'application du droit d'auteur, les industries de la création, les organismes de gestion collective et la politique nationale en matière de propriété intellectuelle.

17. Le module de “Mise à jour sur la propriété intellectuelle” a également été proposé, dans le même format, aux fonctionnaires en poste dans des institutions affiliées à la DINAPI, telles que le Ministère public, la Direction nationale des douanes, la Police nationale et la Direction nationale de surveillance sanitaire. En plus d'un examen plus approfondi des questions de propriété intellectuelle, ces sessions ont donné l'occasion aux fonctionnaires travaillant dans le domaine de la propriété intellectuelle de faire connaissance et de renforcer les liens professionnels afin d'améliorer les services fournis par leurs institutions.

18. Des débats de sensibilisation ont par ailleurs été organisés conjointement avec le Ministère de l'industrie et du commerce dans le cadre des différentes agences régionales du pays, et en coopération avec le Vice-Ministère des petites et moyennes entreprises (MIPYMES). Quatre débats ont eu lieu en 2015.

19. La Direction de la promotion et de la prévention a également coordonné des débats organisés au Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y Semillas (SENAVE), dans des coopératives et au Congrès national (Chambre des députés).

V. LE PROJET INTITULÉ “SÉCURITÉ ALIMENTAIRE, PRATIQUES RECOMMANDÉES EN MATIÈRE DE FABRICATION ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE”

20. Entre janvier et mai 2016, quatre ateliers ont été organisés dans différentes coopératives au Paraguay sur le thème “Sécurité alimentaire, pratiques recommandées en matière de fabrication et propriété intellectuelle”. De nombreux employés de coopératives ou de secteurs techniques du gouvernement chargés de garantir la sécurité sanitaire des aliments afin de ne pas mettre en danger la santé des consommateurs y ont participé.

21. Cette initiative a été élaborée en collaboration avec le département de la formation du MIPYMES et l'Institut national de l'alimentation et de la nutrition (INAN). Dans le cadre du programme opérationnel annuel établi en concertation avec ces institutions, sept activités similaires sont prévues jusqu'en octobre 2016 dans divers sièges régionaux, portant le nombre total d'ateliers à 11.

VI. COLLABORATION AVEC D'AUTRES INSTITUTIONS PUBLIQUES

22. La DINAPI s'efforce en outre d'offrir une formation et de sensibiliser le secteur productif aux aspects plus spécifiques de la propriété intellectuelle par le biais de collaborations avec des institutions publiques et privées.

23. En 2014-2015, la DINAPI a organisé des journées de formation en propriété intellectuelle (brevets) pour les membres du personnel de la Direction nationale de surveillance sanitaire du Ministère de la santé publique et du bien-être social (DINAVISA). La DINAVISA tient le registre sanitaire des produits pharmaceutiques; son personnel technique est composé d'examineurs et d'inspecteurs de la santé.

24. En 2015, le personnel technique spécialisé de la DINAPI a aussi offert une série de formations (huit jours) destinée à la Direction générale des programmes d'enseignement du Ministère de l'éducation et de la culture visant à enrichir les connaissances théoriques en matière de propriété intellectuelle des participants afin qu'ils puissent mettre à jour le matériel pédagogique dans ce domaine et créer de nouveaux supports.

VII. SÉMINAIRE SUR LA RÉDACTION DES DEMANDES DE BREVET (AVEC L'APPUI DE L'OMPI)

25. Avec la participation de l'OMPI, la DINAPI a organisé à son siège, du 18 au 20 avril 2016, un séminaire sur la rédaction des demandes de brevet destiné aux chercheurs universitaires et de l'industrie ainsi qu'aux agents de brevets.

26. Il est prévu d'organiser cette manifestation annuellement au cours des prochaines années. Un "cours de formation à l'intention des formateurs à la propriété intellectuelle" est également en cours d'élaboration. Ces efforts seront réalisés en collaboration avec l'Université nationale d'Asunción (UNA) et le Parc technologique d'Itaipú (PTI).

VIII. LE PROJET "NARANJAITE"

27. Le projet "Naranjaite", terme guarani signifiant en français "beaucoup d'orange", comprend une série d'initiatives visant à renforcer et promouvoir la compétitivité des personnes actives dans les industries de la création. Ces industries favorisent le développement économique, social et culturel, contribuant ainsi à la lutte contre la pauvreté à travers les actifs incorporels sur lesquels reposent les droits de propriété intellectuelle.

A. "NARANJAITE MÚSICA"

28. Le projet "Naranjaite Música" a été conçu pour rassembler tous les acteurs de l'industrie musicale du Paraguay afin de recenser et d'analyser les obstacles, et de coordonner et renforcer les capacités du secteur, en mettant particulièrement l'accent sur la meilleure façon d'exploiter la propriété intellectuelle dans le domaine musical.

29. Pendant trois jours (du 28 au 30 avril 2015), cet événement a rassemblé 153 auteurs, compositeurs et techniciens.

30. Les principaux thèmes abordés par les sept intervenants étaient :
- concession de licences pour du contenu protégé par le droit d’auteur dans l’environnement numérique (Santiago Schuster, Chili);
 - gestion de la production (Mario Breuer, Argentine); et
 - la musique à la télévision (Nicolás Repetto, Argentine).

31. L’événement comprenait une foire regroupant 19 exposants de produits et services. La foire accueillait aussi des musiciens du pays, notamment neuf groupes nationaux de différents styles musicaux qui se sont produits sur scène devant un public de quelque 1500 personnes.

B. “LOGICIELS, APPLICATIONS ET JEUX VIDÉO NARANJAITE”

32. Un autre événement a été organisé sur le thème “Logiciels, applications et jeux vidéo Naranjaite”, qui a réuni tous les acteurs du secteur informatique pour discuter des problèmes et développer la capacité du secteur, avec un accent particulier sur la meilleure façon de valoriser les actifs de propriété intellectuelle dans l’industrie du logiciel.

33. Organisé avec l’appui de l’OMPI les 16 et 17 mars 2016, l’événement a attiré 213 participants et a été animé par six formateurs (quatre ressortissants nationaux et deux experts de l’OMPI). Les sujets les plus importants étaient :

- le droit d’auteur et la protection des logiciels et applications par la voie judiciaire (Wilson Ríos, Colombie);
- la structure globale de l’industrie du jeu vidéo (David Greenspan, États-Unis d’Amérique); et
- comment enregistrer votre logiciel? (Patricia Stanley, Paraguay).

34. L’événement s’accompagnait d’une foire dans le cadre de laquelle 10 entreprises qui avaient contribué à son organisation présentaient leurs produits et services. Quelque 600 personnes y ont participé.

CAMPAGNES D'ÉDUCATION ET DE SENSIBILISATION À LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE MENÉES PAR L'OFFICE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DES PHILIPPINES

*Contribution établie par Mme Josephine Rima Santiago, directrice générale, Office de la propriété intellectuelle des Philippines**

RÉSUMÉ

Le système de propriété intellectuelle a presque toujours été un sujet nébuleux, y compris pour les membres de la société qui sont censés en être les bénéficiaires. L'Office de la propriété intellectuelle des Philippines (IPOP HL) entreprend de sensibiliser les jeunes et les secteurs concernés au monde de la propriété intellectuelle, en vue d'atteindre deux objectifs, à savoir leur inculquer la valeur du respect de la propriété intellectuelle; et susciter leur sens de la créativité et de l'innovation. Depuis ces trois dernières années, l'IPOP HL organise un camp annuel pour les jeunes consacré à la propriété intellectuelle ainsi que d'autres activités de sensibilisation à la propriété intellectuelle.

Si l'on sème la graine de la propriété intellectuelle parmi les jeunes, leurs familles et les personnes de leur entourage, on récoltera à l'avenir les fruits d'un monde conscient des enjeux de la propriété intellectuelle. Ce que nous enseignons aujourd'hui à nos jeunes au sujet de l'importance du respect de la propriété intellectuelle aura de profondes répercussions sur le comportement et les valeurs qu'ils adopteront tout au long de leur vie.

I. INTRODUCTION

1. Mieux faire connaître le rôle et l'importance du système de propriété intellectuelle dans l'édification de la nation est le mot d'ordre de la plupart des offices de la propriété intellectuelle dans le monde. Le fonctionnement du système de propriété intellectuelle a toujours été un sujet nébuleux, y compris pour les membres de la société qui sont censés en être les bénéficiaires. Plus important encore, même les personnes qui utilisent la propriété intellectuelle dans leur vie quotidienne ont un niveau de connaissance très limité de son importance lorsqu'ils créent de nouveaux produits ou mettent en place de nouveaux services. Cette situation explique en partie le faible recours au système de propriété intellectuelle et le degré élevé d'atteintes aux droits de propriété intellectuelle. D'une manière générale, les utilisateurs de produits ou services protégés par les droits de propriété intellectuelle n'ont pas conscience et ne se rendent pas compte de l'investissement en termes de talent, de temps et d'argent consenti par des individus doués pour élaborer ces produits ou services à l'aide de processus créatifs, innovants et inventifs.

2. Compte tenu de ces graves lacunes en matière de sensibilisation à la propriété intellectuelle aux Philippines, l'IPOP HL accorde désormais une place fondamentale à l'éducation et à la sensibilisation à la propriété intellectuelle dans les programmes et activités menés dans le cadre de sa mission, qui consiste à gérer un système de propriété intellectuelle rationnel et efficace dans le pays. L'IPOP HL a donc mis en place des programmes et activités visant à faire connaître la propriété intellectuelle aux Philippines. En fait, son ambition s'inscrit dans la vision d'avenir de l'IPOP HL, qui prévoit que les Philippines seront sensibilisées à la

* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

propriété intellectuelle dans un système de propriété intellectuelle démystifié, axé sur le développement et démocratisé d'ici à 2020.

3. Afin de faire participer et d'associer toutes les parties prenantes concernées par la propriété intellectuelle à sa campagne d'information, l'IPOPHL a élargi la portée de ses activités d'éducation et de sensibilisation à la propriété intellectuelle au-delà du public généralement ciblé. Auparavant, la plupart des personnes visées par ses campagnes de sensibilisation à la propriété intellectuelle étaient des générateurs de propriété intellectuelle et des chefs d'entreprise, notamment de micro, petites et moyennes entreprises (PME). Si ces secteurs ont toujours une importance primordiale, l'IPOPHL a toutefois élargi la portée de ses activités pour y inclure les jeunes et d'autres acteurs clés.

II. LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET LES JEUNES : LE PROGRAMME DES JEUNES DÉFENSEURS DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE



4. Dès le XVIII^e siècle, le héros national des Philippines, Jose P. Rizal, soulignait le rôle important des jeunes dans l'édification de la nation en déclarant que "la jeunesse représente l'espoir de la mère patrie". C'est une réalité que la plupart des pays reconnaissent et, à ce titre, l'investissement dans l'éducation des jeunes et autres activités axées sur la jeunesse figurent en permanence à l'ordre du jour des responsables gouvernementaux. Les jeunes Philippines d'aujourd'hui sont les scientifiques, les chercheurs, les inventeurs, les créateurs et les hommes d'affaires de demain, et ils sont les principaux consommateurs de vêtements, fournitures scolaires, livres, musique et films. Dans cette perspective, l'IPOPHL a mis au point le projet de jeunes défenseurs de la propriété intellectuelle ("Young Intellectual Property Advocates", YIPA), afin de sensibiliser les jeunes au monde de la propriété intellectuelle en vue d'atteindre deux objectifs, à savoir leur inculquer la valeur du respect de la propriété intellectuelle, et susciter leur sens de la créativité et de l'innovation.

5. Étant donné qu'il n'est pas possible d'inscrire la propriété intellectuelle en tant que matière officielle dans les programmes de l'enseignement secondaire et supérieur, l'IPOPHL a créé en octobre 2013 un camp annuel de deux jours pour les jeunes consacré à la propriété intellectuelle, dans le cadre du projet YIPA. Au début, ce sont les lycées scientifiques qui étaient ciblés pour participer à ce projet, en tant que producteurs de recherches susceptibles de créer des actifs de propriété intellectuelle. L'objectif fondamental du projet est d'encourager les étudiants en leur donnant les moyens de jouer un rôle central non seulement dans leurs activités universitaires, mais aussi en matière de sensibilisation à la compréhension et au respect de la propriété intellectuelle. Il s'agit notamment :

- d'offrir aux étudiants qui participent au projet la possibilité de se familiariser avec la propriété intellectuelle;
- de leur inculquer les valeurs de la créativité et du respect des droits de propriété intellectuelle;
- de mettre en place d'un réseau de jeunes défenseurs de la propriété intellectuelle issus de différentes écoles;
- de créer une organisation de jeunes défenseurs de la propriété intellectuelle;
- d'encourager les jeunes à embrasser une carrière largement axée sur la propriété intellectuelle.

6. Les activités menées sont variées, qu'il s'agisse de mieux faire connaître la propriété intellectuelle ou de permettre aux participants d'exprimer leur créativité et leur ingéniosité.

7. Le camp permet de mettre au point un plan d'action concret sur la façon dont les participants peuvent transmettre à leurs camarades de classe les connaissances qu'ils ont acquises en matière de propriété intellectuelle. Les participants présentent des plans d'action et des activités propres à favoriser le programme global de sensibilisation à la propriété intellectuelle, notamment la promotion du respect de la propriété intellectuelle. L'IPOPHL, pour sa part, s'engage à soutenir ces activités en fournissant l'assistance technique et le soutien financier qui pourraient se révéler nécessaires.



8. Les participants prêtent serment en tant que jeunes défenseurs de la propriété intellectuelle et sont officiellement admis au sein du réseau lors du Sommet national sur l'application des droits de propriété intellectuelle, organisé chaque année en octobre par l'IPOPHL. En 2015, les Philippines ont accueilli les réunions de l'Association de coopération économique Asie-Pacifique (APEC), et les jeunes défenseurs de la propriété intellectuelle de l'île de Cebu ont été reçus par les délégués du groupe d'experts de l'APEC sur les droits de propriété intellectuelle. À cette occasion, Jose Pablo Castillo, un représentant du YIPA, a, dans son discours, souligné que "faire connaître la propriété intellectuelle aux étudiants doit être la première étape du processus. Chaque étudiant doit être informé des droits de propriété intellectuelle et de la mesure dans laquelle ses droits de propriété intellectuelle sont protégés. La sensibilisation est véritablement la première étape de l'évolution et de la transformation."

9. À l'occasion de la récente célébration de la Journée mondiale du livre et du droit d'auteur, le 23 avril 2016, les jeunes défenseurs de la propriété intellectuelle ont pu découvrir d'autres activités dans le domaine de la propriété intellectuelle grâce à des échanges avec d'autres participants et avec les visiteurs d'une exposition-salon de la propriété intellectuelle. Ils ont également participé à plusieurs activités de formation destinées à renforcer leurs connaissances de la propriété intellectuelle et à encourager la dynamique créée lors du camp de deux jours.

10. Voici des exemples d'activités menées par les jeunes défenseurs de la propriété intellectuelle dans leurs écoles respectives entre 2013 et 2015 :

- séminaires de sensibilisation à la propriété intellectuelle animés par des experts de l'IPOPHL;
- création de clubs de la propriété intellectuelle (cinq écoles disposent déjà de clubs officiels de la propriété intellectuelle);
- promotion de la propriété intellectuelle en ligne via Facebook, YouTube et divers blogs;
- concours orientés sur la propriété intellectuelle : Quiz Bee sur la propriété intellectuelle, concours de dissertation et de création d'affiches;
- détermination des droits de propriété intellectuelle des étudiants dans le cadre de foires scientifiques;
- aménagement de murs de la liberté d'expression, où les étudiants peuvent s'exprimer sur le thème de la propriété intellectuelle;
- diffusion de documents d'information sur la propriété intellectuelle ou création de supports audiovisuels sur l'importance de la propriété intellectuelle pour les étudiants.

11. Pour saluer dignement les efforts déployés par son réseau YIPA, l'IPOPHL a lancé en 2015 un concours de marketing et de promotion de la propriété intellectuelle à l'intention des jeunes défenseurs de la propriété intellectuelle, qui récompense par un prix en espèces les trois premiers lauréats (50 000 pesos philippins (PHP) pour le premier, 30 000 pour le deuxième et 20 000 pour le troisième).

12. Actuellement, neuf écoles secondaires de la région de la capitale nationale et sept de la région Visayas font partie du réseau YIPA.

III. LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET LA FAMILLE

13. La famille est une cellule fondamentale de la société qui permet de forger les valeurs des enfants et de façonner leur caractère, leur morale et leur éthique à mesure qu'ils grandissent et qu'ils deviennent membres de la communauté. Ainsi, les valeurs d'honnêteté et de respect, tout comme la charité, commencent à la maison. La propriété intellectuelle peut apparaître comme un sujet abstrait et ésotérique aux yeux d'un enfant et de sa famille, mais quoi de plus

normal que d'apprendre à un enfant à ne pas s'approprier sans permission le bien d'autrui. Le respect de la propriété d'autrui doit être inculqué aux enfants. Étant donné que la propriété intellectuelle n'est pas toujours pleinement comprise et respectée, et que tout membre de la société appartient nécessairement à une famille, il est impératif d'agir à la base en introduisant le respect de la propriété intellectuelle au sein de la famille, et ce grâce à des activités et des exercices de vulgarisation intéressants.

14. Dans un premier temps, l'IPOPHL entreprendra une étude pilote sur les activités de sensibilisation à la propriété intellectuelle au sein même des familles des jeunes défenseurs de la propriété intellectuelle, en vue de semer une graine qui germera ensuite dans d'autres familles. L'IPOPHL a compris que le moment le plus propice pour mener à bien ce projet est durant les congés scolaires et lorsque les parents sont disponibles. Le plus difficile est de réussir à faire participer un grand nombre de familles de jeunes défenseurs de la propriété intellectuelle à la fois.

15. Ensuite, lors de la célébration de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle, le 26 avril 2016, l'IPOPHL a, en partenariat avec la Motion Picture Association (MPA), lancé un concours de vidéo destiné aux étudiants en cinéma, sur le thème "Se mobiliser contre le piratage des films". Ces vidéos d'une durée de 60 secondes auront pour objet d'expliquer clairement pourquoi il convient de respecter les droits de propriété intellectuelle dans les films.

16. Estimant que ce concours offre la possibilité de sensibiliser les membres des familles des candidats, l'IPOPHL offre une récompense spéciale pour la vidéo qui transmettra le meilleur message en faveur du respect de la propriété intellectuelle, la cible du design de communication étant les membres de la famille. La vidéo du lauréat de ce prix spécial sera diffusée lors d'une campagne de sensibilisation à la propriété intellectuelle ciblant les familles. Le concours se terminera fin septembre 2016.

IV. LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET LES FEMMES : LE GROUPE "WOMEN IN IP" (WIN IP)

17. Le projet vise à créer un groupe de femmes qui fera campagne pour la promotion et le respect des droits de propriété intellectuelle par l'intermédiaire du groupe "Women in IP" (*Win IP*). Le groupe *Win IP* sera composé de membres provenant des 12 agences affiliées au Comité national des droits de propriété intellectuelle (NCIPR) et il aura pour mission de promouvoir la propriété intellectuelle dans ses agences respectives avec le soutien de l'IPOPHL.

18. Plus spécifiquement, le groupe *Win IP* a été conçu pour devenir un partenaire du NCIPR dans ses programmes et activités concernant la sensibilisation, l'éducation et la promotion en matière de propriété intellectuelle.

19. L'objectif à long terme du projet est d'intégrer le groupe *Win IP* dans d'autres organismes gouvernementaux, le secteur industriel, les établissements universitaires et instituts de recherche, ainsi que d'autres organisations non gouvernementales.

V. LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET LE GRAND PUBLIC

A. L.E.A.P IP!

20. Le projet "Learn be Empowered Adopt and Profit from IP!" (L.E.A.P IP!) est un séminaire d'orientation de base de deux heures consacré à la propriété intellectuelle, organisé deux fois par mois dans les locaux de l'IPOPHL. Chaque module porte sur un domaine spécifique de la propriété intellectuelle : brevets, marques de produits et de service, droit d'auteur et droits connexes, modèles d'utilité et dessins et modèles industriels. Les cours de ces séminaires, qui

s'adressent aux personnes n'ayant que peu ou pas de connaissance en matière de propriété intellectuelle, sont dispensés dans un langage courant, facilement compréhensible.



B. SÉMINAIRES SPÉCIAUX SUR LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

21. Dans le même ordre d'idées, l'IPOPHL s'appuie sur les connaissances relatives dont il dispose au sujet de secteurs industriels spécifiques pour organiser des séminaires ou des ateliers auprès de ces secteurs en question : animation, musique, édition, pratique médicale, spectacle, construction automobile et production pharmaceutique. Dans cette activité, la présentation sera axée sur les intérêts des membres d'un groupe spécifique, l'objectif final étant de les sensibiliser non seulement à la propriété intellectuelle, mais aussi à leurs droits.



VI. LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET LES ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR : LE PROGRAMME DU BUREAU D'APPUI À L'INNOVATION ET À LA TECHNOLOGIE

22. Le Programme du bureau d'appui à l'innovation et à la technologie est un autre programme qui soutient directement les efforts de l'IPOPHL pour aller au-devant des jeunes scolarisés. Ce programme vise à aider les établissements d'enseignement supérieur à atteindre un certain niveau de compétence en matière de recherche grâce au renforcement des capacités relatives à la recherche, au traitement et à la commercialisation des brevets; dans le même ordre d'idées, le bureau d'appui à l'innovation et à la technologie est devenu un moyen privilégié de l'IPOPHL d'aller à la rencontre des étudiants de l'enseignement supérieur. Soutenu par le programme des centres d'appui à la technologie et à l'innovation de l'OMPI, le bureau d'appui à l'innovation et à la technologie a été créé à la fin de 2010 aux Philippines, et il est désormais devenu l'un des programmes phares de l'IPOPHL. À ce jour, 71 établissements d'enseignement participent au programme, parmi lesquels certains des plus importants du pays. Sur ces 71 établissements universitaires qui font partie du réseau, 36 (soit 50,7%) ont déjà intégré un module de formation sur les modalités de recherches d'informations sur les brevets susceptibles de présenter un intérêt pour les recherches menées par des étudiants en sciences, en technologie et, dans certains cas, en commerce.



23. Dans l'un de ces établissements universitaires, l'Institut de technologie Mapua, réputé pour ses formations technique et scientifique, les cours sur la propriété intellectuelle font désormais partie du programme normal d'enseignement.

VII. CONCLUSION

24. Les activités visant à promouvoir une culture du respect de la propriété intellectuelle ne doivent pas se limiter aux acteurs traditionnels du cycle de propriété intellectuelle d'aujourd'hui. Si l'on sème la graine de la propriété intellectuelle parmi les jeunes et leurs familles et tous ceux qui participent à la croissance du commerce et de l'industrie, on récoltera à l'avenir les fruits d'un monde conscient des enjeux de la propriété intellectuelle. Ce que nous enseignons à nos jeunes et aux personnes de leur entourage au sujet de l'importance du respect de la propriété intellectuelle aura de profondes répercussions sur le comportement et les valeurs qu'ils adopteront tout au long de leur vie. Selon M. Henry Adams, célèbre historien américain, "un professeur affecte l'éternité. Il ne peut jamais dire où son influence s'arrête".

25. Enfin, l'IPOPHL estime que, grâce à une solide culture du respect, la question de l'application devrait être moins préoccupante à l'avenir qu'elle ne l'est aujourd'hui.

ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION MENÉES PAR LA RÉPUBLIQUE DE CORÉE POUR PROMOUVOIR LE RESPECT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

*Contribution établie par M. Yang Dae-gyeong, directeur adjoint, Division des Affaires multilatérales, Office coréen de la propriété intellectuelle (KIPO), ville métropolitaine de Daejeon (République de Corée)**

RÉSUMÉ

L'Office coréen de la propriété intellectuelle (KIPO) réagit face au préjudice physique, financier et économique causé par la diffusion à grande échelle de produits contrefaisants. Ainsi, il s'efforce de créer un système favorisant l'innovation authentique et permettant de lutter contre la contrefaçon. Le KIPO se consacre notamment à la promotion de la sensibilisation à la propriété intellectuelle (PI) et à la lutte contre les produits contrefaisants en ligne, l'objectif étant de garantir une meilleure protection des droits de propriété intellectuelle.

I. CONTEXTE

1. Selon les indicateurs mondiaux relatifs à la propriété intellectuelle (2014), la République de Corée arrive en quatrième position dans le classement des pays ayant reçu le plus grand nombre de demandes de propriété intellectuelle. Cette donnée illustre la croissance rapide de l'importance des droits de propriété intellectuelle (DPI) et souligne la nécessité d'une protection efficace et efficiente de la propriété intellectuelle. C'est pourquoi l'Office coréen de la propriété intellectuelle (KIPO) redouble d'efforts pour mettre en place une infrastructure sociale où les DPI sont respectés et où ils sont utilisés équitablement et pleinement.

2. Non seulement les produits contrefaisants mettent en péril les consommateurs et entravent la stabilité du commerce, mais ils causent également un préjudice grave à l'économie mondiale en compromettant les produits authentiques et en décourageant les investissements étrangers. Les médicaments et les pièces détachées automobiles contrefaisants sont particulièrement préjudiciables à la santé et à la sécurité des consommateurs, tandis que d'autres formes de produits contrefaisants ont tendance à décourager les investissements et les initiatives de développement commercial, ce qui fait croître les taux de chômage. Afin de lutter contre ces types de menaces mondiales, le KIPO fait tout son possible pour abolir la distribution des produits contrefaisants.

II. SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS À L'IMPORTANCE DU RETRAIT DES PRODUITS CONTREFAISANTS

3. Le KIPO mène diverses activités de promotion auprès des consommateurs afin de les sensibiliser à l'importance du retrait des produits contrefaisants des circuits de distribution et de consommation.

4. Le KIPO organise des activités de sensibilisation du public et collabore avec les associations de défense des consommateurs et d'autres groupes de la société civile pour renforcer la protection des DPI et mieux sensibiliser les consommateurs à l'illégalité des produits contrefaisants.

* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

5. Le KIPO organise également des campagnes nationales visant à inciter les consommateurs à acheter des produits authentiques. Il anime également de nombreuses sessions de formation qui s'adressent notamment aux ménagères et aux employés de bureau, afin que les consommateurs n'achètent pas de produits contrefaisants.

6. Pour assurer la sécurité et la protection des consommateurs, le KIPO incite les ménagères et les employés de bureau à acheter des produits authentiques en leur indiquant le malaise social et les dangers qu'induit la contrefaçon et en leur expliquant le concept de droits de propriété intellectuelle.



Classes de formation destinées aux ménagères et aux employés de bureau

7. Le KIPO a produit des campagnes publicitaires télévisées auxquelles a participé une célèbre actrice jouant le rôle d'ambassadrice, afin de créer un consensus social sur l'illégalité des produits contrefaisants. Il a également renforcé la sensibilisation du public par le biais de divers moyens papier et électroniques (documents papier, réseaux sociaux, notamment).

8. Outre la publication de dessins animés, de brochures et de manuels scolaires qui résument les dangers des produits contrefaisants, le KIPO diffuse des guides et des supports promotionnels sur la protection de la propriété intellectuelle sur les réseaux sociaux (Facebook, blogs, par exemple). Ces initiatives suscitent beaucoup d'intérêt et de participation.



Park Shin-Hye jouant le rôle d'ambassadrice du KIPO dans une publicité – supports promotionnels

9. Le KIPO a lancé le programme College Student Supporters dans le but de promouvoir la protection des DPI auprès des collégiens. Il a également créé des dessins animés visant à promouvoir la protection de la propriété intellectuelle auprès des étudiants et des jeunes. De plus, il a animé une formation pratique générale sur la façon de distinguer les produits authentiques des contrefaçons. Les participants à cette formation ont non seulement proposé des campagnes de protection de la propriété intellectuelle, mais aussi produit et diffusé des contenus relatifs à la propriété intellectuelle et participé activement aux débats sur la protection de la propriété intellectuelle. En outre, ils ont participé à des activités (classes, quiz, par

exemple) où ils étaient guidés par un spécialiste qui leur apprenait à différencier les produits authentiques des contrefaçons.

10. Le KIPO a produit des campagnes télévisées de sensibilisation du public visant à alerter les consommateurs sur les problèmes de sécurité liés aux contrefaçons environnantes et à développer une culture nationale du respect de la propriété intellectuelle, en collaboration notamment avec les ministères de la culture, des sports et du tourisme, le service des douanes de la République de Corée, les collectivités régionales et des organisations non gouvernementales.

11. Les campagnes publiques, comme celle utilisant le slogan de protection de la propriété intellectuelle “contrefaçons NON, produits originaux OUI”, et les concours de contenus créés par les utilisateurs ont permis de mieux sensibiliser le public, notamment les adolescents ainsi que les plus de 20 ans, à l’importance de la protection de la propriété intellectuelle et de l’élimination des produits contrefaisants. Ainsi, un concours de vidéos de 50 secondes et une campagne de marketing de rue pour la protection du droit d’auteur ont été organisés.



Le lauréat du concours de vidéos de 50 secondes est un étudiant d’université.

12. Le KIPO a lancé une campagne nationale à l’intention des consommateurs afin de promouvoir l’utilisation de produits authentiques et de souligner l’importance d’une consommation rationnelle. Parallèlement aux campagnes de rue organisées dans les universités sur la prédominance des produits contrefaisants dans des zones populaires telles que Séoul, une série d’initiatives telles que la Journée mondiale de la propriété intellectuelle, la signature d’un protocole d’accord entre les agences gouvernementales et les entreprises privées, ainsi que diverses activités de promotion de la protection de la propriété intellectuelle ont permis de sensibiliser davantage le public à l’importance de la protection de la propriété intellectuelle.

13. La Journée mondiale de la propriété intellectuelle a eu lieu le 26 avril 2016, dans le cadre de la Semaine de la protection de la propriété intellectuelle. Ces manifestations ont permis au KIPO de promouvoir diverses activités de protection de la propriété intellectuelle (concours mis en place conjointement avec le grand public, par exemple) et de diffuser à grande échelle une culture du respect de la propriété intellectuelle.



La campagne “contrefaçons NON, produits originaux OUI”

14. Le KIPO a diffusé d'autres campagnes promotionnelles à la télévision et à la radio ainsi que des annonces dans les transports publics et les cinémas, ce qui a également permis de sensibiliser la société à la propriété intellectuelle.

15. L'une des principales manifestations organisées par le KIPO en 2015 a été la 50^e cérémonie de la Journée de l'invention. Ce type de cérémonie démontre la forte volonté du Gouvernement de la République de Corée d'apporter son concours au développement de la propriété intellectuelle. Pour célébrer encore cet événement et sensibiliser davantage la société à la propriété intellectuelle, un festival du film, une exposition de photos et bien d'autres manifestations passionnantes ont également eu lieu.

16. En outre, une conférence internationale sur la propriété intellectuelle s'est tenue à l'occasion de la 50^e cérémonie de la Journée de l'invention. Cette conférence a été l'occasion de présentations et de discussions entre de nombreux experts de la propriété intellectuelle nationaux et internationaux, l'objectif étant de définir les futurs objectifs à atteindre en matière de protection de la propriété intellectuelle.

17. Comme par le passé, le KIPO, en collaboration avec les associations de défense des consommateurs et d'autres groupes de la société civile, continuera à éduquer les consommateurs et à mieux faire connaître le caractère nocif des produits contrefaisants grâce à des initiatives promotionnelles telles que des publicités télévisées.

III. RENFORCEMENT DE LA PROTECTION DES DPI CONTRE LES CONTREFAÇONS

18. La force de police judiciaire spéciale pour les droits découlant de la marque est opérationnelle depuis le mois de septembre 2010. La mise en place de cette force de police, ainsi que de ses bureaux dans les villes de Séoul, de Busan et de Daejeon, est une importante mesure de lutte contre les contrefaçons.

19. L'essor du commerce électronique a entraîné une flambée des transactions en ligne de produits contrefaisants. Soucieux d'apporter une réponse efficace à ce problème, le KIPO a créé, en novembre 2011, une force spéciale chargée de l'application des lois en ligne, dotée d'un équipement technico-légal numérique, afin de réglementer strictement les transactions en ligne de produits contrefaisants. Cette mesure a permis au KIPO d'arrêter des vendeurs de produits contrefaisants en ligne du chef d'infraction pénale, et de bloquer ou fermer des sites offensants.

20. En septembre 2013, la force de police judiciaire spéciale a été élargie, et une unité spécialisée dans l'application des droits de propriété industrielle a été créée. Afin de s'adapter à l'augmentation de la distribution de produits contrefaisants sur l'Internet, la police a été renforcée par une unité en ligne spécialisée dotée d'un équipement technico-légal.

21. En 2015, la force de police judiciaire spéciale a accusé 1522 fabricants ou vendeurs de produits contrefaisants, et a saisi 3 318 357 produits contrefaisants.

catégorie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
nombre de personnes	45	139	302	376	430	230	1 522
nombre de produits saisis	28 629	28 589	131 599	822 360	1 114 192	1 192 988	3 318 357

Résultats des mesures d'application des droits adoptées par la République de Corée pour lutter contre les produits contrefaisants

22. Les produits confisqués en 2015 étaient essentiellement des produits sanitaires, des cosmétiques, des détergents, de l'électronique et des pièces détachées automobiles, d'une valeur marchande de 977 millions de dollars.

catégorie de produits	produits sanitaires	cosmétiques	détergents	électronique	pièces détachées automobiles	autres	TOTAL
Quantité	639 185	373 576	72 854	53 837	3 383	54 827	1 197 662

Catégories de produits contrefaisants saisis en 2015



Application des droits sur site

IV. ACTIVITÉS DU CONSEIL DE LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON

23. Le Conseil de lutte contre la contrefaçon, en coopération avec d'autres organismes chargés de l'application des lois, a pour mission de faire retirer de la distribution les produits contrefaisants dans les zones où ils sont souvent vendus, par le biais de projets conjoints d'application des droits, ainsi que par la mise en place de sous-comités.

24. Les projets conjoints d'application des droits des mois de mai et novembre 2015, qui ont été lancés dans les grandes villes, ont rassemblé de nombreux participants, dont les principaux membres du comité (le KIPO et la police, par exemple).

25. Les membres ont pu contribuer au bon fonctionnement des activités conjointes d'application des droits, car ils ont été en mesure de bien faire la distinction entre les produits authentiques et les produits contrefaisants sur place. En outre, pour déterminer les futurs plans de fonctionnement du conseil, un sous-comité s'est réuni fréquemment pour discuter de l'objectif visant à éliminer les produits contrefaisants des circuits de distribution.

26. En octobre 2015, les membres du conseil ont participé à un atelier sur les moyens à mettre en œuvre pour renforcer l'application des mesures de lutte contre les contrefaçons et imposer des sanctions aux sites Internet qui vendent des contrefaçons, l'objectif étant de retirer les produits contrefaisants des circuits de distribution en ligne.

27. Dans un effort national de protection de la propriété intellectuelle, des organisations telles que le Conseil de la propriété intellectuelle, les ministères de la culture, des sports et du tourisme, le KIPO et le service des douanes ont organisé, en mai 2015, une manifestation qui a rassemblé les principales entreprises du secteur privé ainsi que d'autres entreprises moins connues.

V. ACTIVITÉS MENÉES PAR LE GOUVERNEMENT POUR PROMOUVOIR LA PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

28. À partir du mois d'avril de cette année, le KIPO, en coopération avec le conseil, les ministères de la culture, des sports et du tourisme, le service des douanes et des entreprises du secteur privé, a pris une série de mesures à l'échelle nationale : tout d'abord, la coopération public-privé a été renforcée, l'objectif étant de promouvoir la création, la protection et la diffusion de la propriété intellectuelle; ensuite, afin d'éliminer les imitations d'œuvres et de produits littéraires, des activités de sensibilisation du public et d'amélioration de la connaissance de la propriété intellectuelle ont été mises en place; enfin, des activités de protection de la propriété intellectuelle (annonces publiques et campagnes de communication, par exemple) ont été lancées à l'échelle nationale.

29. Cette coopération a permis de surmonter les limites de l'enquête des services répressifs. En outre, par le biais d'une enquête approfondie basée sur une coopération entre les organismes compétents, divers efforts ont été consentis dans le sens du renforcement de l'application des droits. Plus précisément, le conseil a appliqué un plan national annuel visant à retirer les produits contrefaisants de la distribution, et conformément à cet objectif, le Ministère public réclame des peines d'emprisonnement pour les personnes reconnues coupables de crimes impliquant des contrefaçons, ce qui empêche les récidives. La police a procédé à des enquêtes régulières dans les zones connues pour la vente de produits contrefaisants et a renforcé la coopération internationale afin de pouvoir arrêter les personnes qui fuient à l'étranger pendant les enquêtes.

30. En outre, le service des douanes et le Ministère de la sécurité sanitaire des aliments et des médicaments ainsi que le secteur privé ont renforcé l'élimination des ventes illégales de produits contrefaisants en ligne, et le KIPO a intensifié les enquêtes sur la fabrication à grande échelle ainsi que sur les ventes au détail à plus petite échelle.

VI. PLANS D'AVENIR

31. Pour promouvoir le respect et la protection de la propriété intellectuelle à l'échelle nationale, le KIPO prévoit de renforcer encore sa force de police judiciaire spéciale. Cette mesure contribuera à la mise en place d'un système efficace de suivi, d'enquête et de fermeture de divers circuits de distribution de produits contrefaisants.

32. Sachant que la sensibilisation et la coopération des consommateurs sont des facteurs essentiels pour l'éradication complète des produits contrefaisants, le KIPO prévoit de continuer à mener des campagnes promotionnelles s'adressant à différents groupes de consommateurs

(étudiants, ménagères et employés de bureau), ce qui créera également une culture du respect de la propriété intellectuelle à l'échelle nationale.

33. L'éradication des produits contrefaisants des circuits de distribution passe par la coopération entre le KIPO et les autres organismes chargés de l'application des lois. Le Conseil de lutte contre la contrefaçon vise non seulement à éradiquer les produits contrefaisants de la distribution, mais aussi, avec les organismes chargés de l'application des lois aux fins de lutte contre la contrefaçon, à créer un système qui incite à l'élimination totale des produits contrefaisants. Le conseil envisage de développer un large éventail d'activités de manière à devenir un modèle en matière de projets de coopération dans le domaine de la protection de la propriété intellectuelle.

TRAVAUX MENÉS PAR L'ASSOCIATION SYGNAŁ POUR PROMOUVOIR LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE PAR L'ÉDUCATION ET LA SENSIBILISATION EN POLOGNE

*Contribution établie par Mme Teresa Wierzbowska, présidente de l'association Sygnał**

RÉSUMÉ

L'Association Sygnał vise à unir les efforts des acteurs du marché de l'audiovisuel, notamment les télédiffuseurs locaux et internationaux, dans le but de protéger efficacement les droits de propriété intellectuelle en ligne. Selon de nombreux rapports sur l'ampleur du piratage en ligne en Europe et dans le monde entier, la Pologne occupe le haut du classement dans ce domaine. Les principales parties prenantes, en particulier les autorités chargées de l'application de la loi, ont une connaissance insuffisante de la spécificité des atteintes en ligne. Dans cette optique, l'association atteint ses objectifs, notamment en :

- mettant en place un programme éducatif destiné aux fonctionnaires de police et aux procureurs publics;
- en lançant des campagnes de sensibilisation ciblant les acteurs du marché qui participent directement ou indirectement au financement de la diffusion illégale en ligne de contenus audiovisuels;
- fournissant des connaissances et des outils pour le marché de la publicité en ligne destinés à mettre en pratique l'approche "suivre l'argent";
- établissant une solide coalition de marché pour lutter efficacement contre le piratage en ligne.

I. L'ASSOCIATION SYGNAŁ

1. Sygnał est une association qui relève du droit polonais et dont le siège se trouve à Varsovie (Pologne). Elle a ouvert ses portes en 2002. Elle regroupe 22 sociétés membres opérant dans les secteurs des médias et des télécommunications, en particulier des radiodiffuseurs, des fournisseurs de contenus, des opérateurs de plateformes numériques et des entreprises du secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC) : A+E Networks, BBC Worldwide Polska, Cyfrowy Polsat, Discovery Polska, FOX International Channels Poland, HBO Polska, Irdeto, ITI Neovision, Kino Polska TV, MTG World Ltd, Multimedia Polska, NAGRA, Onet, Sony Pictures Television, Telewizja Polsat, Telewizja Polska S.A., Turner Broadcasting System Poland, TVN, Universal Networks International, Viacom International Media Networks Northern Europe, The Walt Disney Company (Pologne), ZPR Media.

2. L'objectif commun est de lutter contre les atteintes aux droits de propriété intellectuelle et de faire pression pour que soit mis en place un cadre approprié en vue d'y parvenir efficacement. Sygnał privilégie notamment un large éventail d'activités éducatives, qui englobent une formation et des ateliers destinés à la fois à ses membres et aux autorités chargées de faire appliquer la loi, l'objectif principal étant de sensibiliser l'opinion publique. Sygnał participe à des travaux de recherche et d'analyse visant à mieux faire comprendre le phénomène d'atteinte aux droits de propriété intellectuelle et son ampleur. L'association sert également de plateforme d'échange de savoir-faire entre les membres concernant les moyens

* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

les plus efficaces de prévenir et de combattre les atteintes aux droits de propriété intellectuelle. Ces dernières années, elle s'est concentrée sur la lutte contre la diffusion illégale de contenus audiovisuels sur Internet. Sa stratégie cible uniquement les entités qui diffusent illégalement, à grande échelle et à des fins commerciales, les œuvres des membres de l'association Sygnał. Elle n'a pas pour vocation de prendre des mesures à l'encontre des utilisateurs finaux d'Internet.

II. CONJONCTURE DU MARCHÉ POLONAIS

3. La Pologne figure aux premiers rangs de nombreux classements et rapports faisant état du piratage en ligne à grande échelle en Europe et dans le monde entier. Pour fournir des données précises sur ce problème, Sygnał a mené des recherches en collaboration avec PWC et a rédigé, en 2014, un rapport intitulé "Analyse de l'impact du piratage de vidéos sur l'économie polonaise". Les principales conclusions indiquent qu'environ 7,5 millions de Polonais – soit près de 30% de l'ensemble des internautes et 94% de toutes les personnes cherchant à avoir accès à des contenus vidéo en ligne – visitent régulièrement des sites Web offrant un accès illégal aux contenus vidéo. Selon le type de contenu vidéo, 50% (séries télévisées, sport) à 73% (films) des personnes interrogées utilisent à la fois des sources légales et illégales, avec une prédominance pour les sources illégales. Ces personnes consacrent la plupart de leur temps (13 heures par mois) à regarder des films provenant de sources illégales, contre seulement 3,5 heures par mois à regarder du sport. En un an, 400 à 500 millions de films, 650 à 750 millions d'épisodes de séries télévisées et 150 à 180 millions d'émissions de sports sont visionnés à partir de sources illégales. La comparaison de ces estimations avec d'autres sources montre que, d'après la majorité des recherches effectuées, l'ampleur du piratage de vidéos en Pologne est du même ordre et concerne environ 7 à 10 millions d'internautes.

4. Entre 28 et 47% des utilisateurs ont payé au moins une fois l'accès aux contenus. En outre, entre 31 et 37% des internautes qui utilisent des sites Web offrant un accès illégal aux contenus se disent prêts à avoir recours à des sources de contenu légales et payantes, dès lors que les sites Web pirates ne sont pas disponibles. Le calcul de la demande additionnelle corrigée en fonction des taxes, la tendance de l'industrie de la vidéo à importer des contenus ainsi que les flux intersectoriels montrent qu'en 2013 le manque à gagner pour le PIB dû au piratage a atteint 500 à 700 millions de Zloty polonais (PLN), dont une perte directe de 170 à 250 millions de PLN pour le Trésor public polonais. En outre, le recul du piratage pourrait contribuer à créer 6000 à 6500 emplois supplémentaires. Le montant calculé des pertes mesuré en pourcentage du PIB est comparable aux calculs effectués dans d'autres pays. Compte tenu des tendances technologiques et sociales, de l'évolution du marché et, surtout, du volume croissant de données téléchargées via des services Internet fixes et mobiles, en particulier les contenus vidéo, ainsi que de la valeur croissante des marchés de la vidéo et de la publicité en ligne, on estime que le rythme de croissance du piratage est de 29 à 54% par an. En se fondant sur le modèle de flux de valeur présenté, et après analyse du solde des gains et des pertes, on peut avancer l'hypothèse solide selon laquelle le piratage a des répercussions négatives sur l'économie polonaise et porte préjudice aux producteurs, aux auteurs, aux intermédiaires commerciaux et à de nombreuses autres entités.

III. PROGRAMMES PÉDAGOGIQUES

5. Les principales parties prenantes en Pologne, en particulier les autorités chargées de faire appliquer la loi, les procureurs et les participants de la chaîne d'approvisionnement du financement des sites Web pirates ont une connaissance insuffisante de la spécificité des atteintes à la propriété intellectuelle en ligne. Dans cette optique, l'association atteint ses objectifs, notamment en :

- mettant en place un programme éducatif destiné aux fonctionnaires de police et aux procureurs publics;
- en lançant des campagnes de sensibilisation ciblant les acteurs du marché qui participent directement ou indirectement au financement de la diffusion illégale en ligne de contenus audiovisuels;
- fournissant des connaissances et des outils pour le marché de la publicité en ligne destinés à mettre en pratique l’approche “suivre l’argent”;
- établissant une solide coalition de marché pour lutter efficacement contre le piratage en ligne.

6. Jusqu’ici, Sygnał a formé plus de 20 000 fonctionnaires de police et procureurs en Pologne au partage, à la diffusion et aux aspects techniques des atteintes à la propriété intellectuelle en ligne. En moyenne, elle dispense une formation par semaine dans une ville du pays. Au cours des quatre dernières années, l’association a organisé des conférences annuelles à l’intention d’officiers issus de toute la Pologne opérant dans des unités de police spéciales, par exemple les services de lutte contre la criminalité économique ou la cybercriminalité. Le programme de formation repose sur des accords spéciaux que Sygnał a conclus avec toutes les écoles de police de Pologne.

7. La formation de Sygnał destinée aux procureurs est généralement intégrée dans leur formation professionnelle classique. Les participants sont choisis parmi les procureurs locaux dans chaque bureau du procureur de district. Les sessions de formation durent quelques heures et portent principalement sur l’un des sujets suivants :

- ampleur du piratage en Pologne et incidence du piratage de vidéos sur l’économie polonaise;
- analyse de quatre modèles techniques et commerciaux élémentaires de sites Web de piratage de vidéos;
- analyse de modèles financiers de sites Web de piratage de vidéos, y compris le rôle des intermédiaires;
- partage et diffusion – analyse des tendances actuelles;
- méthodes techniques de surveillance et de prévention des atteintes à la propriété intellectuelle;
- moyens d’action légaux contre les atteintes à la propriété intellectuelle – aspects pratiques; et
- analyse de certains jugements de la Cour européenne concernant les droits de propriété intellectuelle.

8. Il est tout aussi important d’échanger des connaissances avec des intermédiaires de paiement ou de services sur le rôle qu’ils jouent dans le financement d’activités criminelles liées à la diffusion de contenus illégaux, que d’informer l’administration publique de tels faits. Sygnał participe à la mise au point de mécanismes destinés à réduire les revenus générés par les plus grands sites Web pirates. L’association surveille les marques qui consacrent une partie de leur budget publicitaire à des sites Web pirates et encourage les propriétaires de marques à consacrer leur budget publicitaire en ligne aux sites Web légaux uniquement. Elle fournit aux acteurs du marché de la publicité en ligne une liste des sites Web qui portent atteinte, délibérément et à grande échelle, aux droits d’auteur et qui n’autorisent pas les procédures de notification et de retrait ou n’y donnent pas suite. En ce sens, Sygnał dote le marché d’outils utiles permettant aux acteurs du marché de se conformer efficacement à l’approche “suivre l’argent”.

9. Sygnał joue un rôle important en favorisant la coopération entre acteurs du marché qui, bien que concurrents en temps normal, unissent leurs efforts pour atteindre l’objectif commun de réduire le nombre d’atteintes aux droits de propriété intellectuelle. Il s’agit d’une plateforme permettant d’échanger à la fois des connaissances sur les mesures coercitives et l’état

d'avancement des procédures spécifiques engagées par la police et les procureurs, et des expériences concernant les procédures précontentieuses.

NEXT BIG THING – CAMPAGNE DE SENSIBILISATION SUR LA VALEUR DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE MENÉE PAR L'ASSOCIATION SUISSE DES MUSICIENS

*Contribution établie par M. Christoph Trummer, président, Association suisse des musiciens, Zurich (Suisse)**

RÉSUMÉ

Dans les pays occidentaux, toute une génération a grandi en ayant accès à la musique en permanence, mais sans avoir à payer pour l'écouter. La mentalité des consommateurs est influencée par l'existence d'un marché illégal. Il est urgent de rappeler que chaque morceau de musique écouté a demandé non seulement du talent et de la créativité, mais aussi des investissements et des prises de décisions. Tel est le but de NEXT BIG THING (NBT), un jeu en ligne conçu et produit par l'Association suisse des musiciens, l'association officielle de la scène pop/rock suisse.

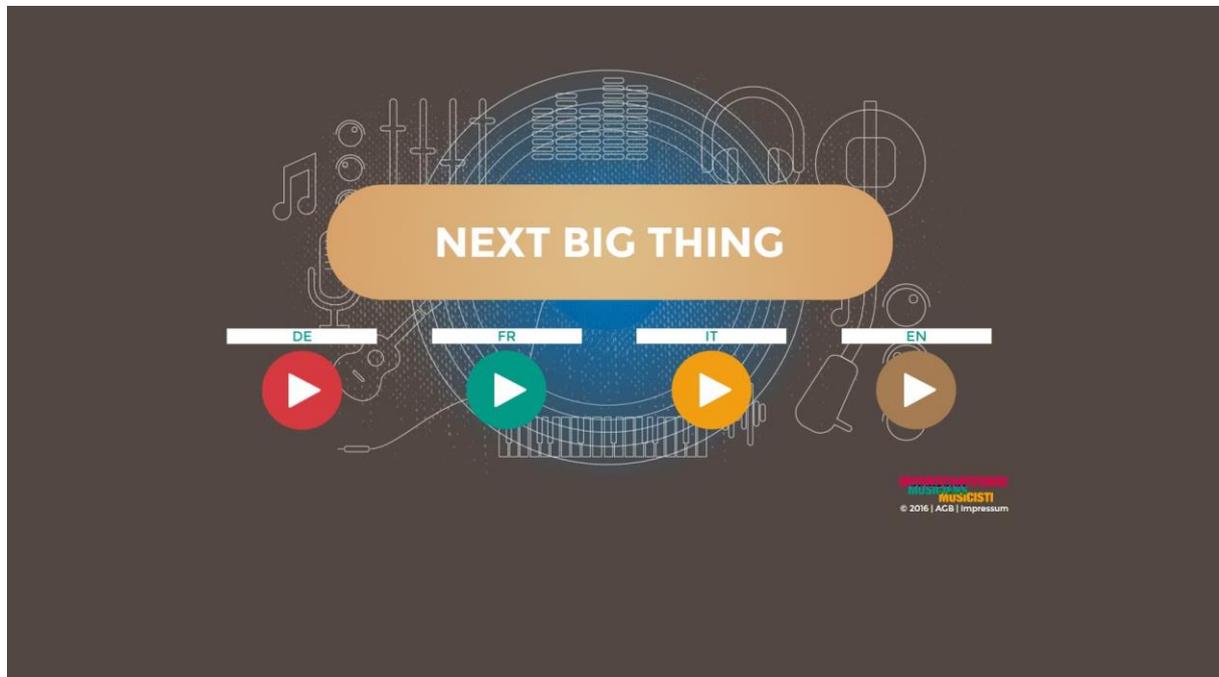
NEXT BIG THING plonge le joueur directement dans le processus d'enregistrement d'une musique. Au fil des étapes, le joueur doit choisir le nom de son groupe puis les modalités de sortie de son album, tandis qu'un indicateur gradué lui rappelle le montant de ses dépenses. À la fin, rien n'est garanti en matière d'investissement : celui-ci peut porter ses fruits, mais peut tout aussi bien échouer.

I. INTRODUCTION

1. Dans les pays occidentaux, toute une génération a grandi en ayant accès à la musique en permanence, que ce soit par le biais de sources légales (pour l'essentiel) telles que YouTube ou celui de services et plateformes illégaux.
2. Pour le marché de la musique, c'est une génération perdue, car elle s'est habituée à ce que la musique soit accessible sans avoir à payer pour l'écouter. La mentalité des consommateurs est influencée par l'existence d'un marché illégal. Il est urgent de rappeler que chaque morceau de musique écouté a demandé non seulement du talent et de la créativité, mais aussi des investissements et des prises de décisions. Tel est le but de NEXT BIG THING (NBT), un jeu en ligne conçu et produit par l'Association suisse des musiciens, l'association officielle de la scène pop/rock suisse.
3. Notre objectif principal en tant qu'association est de combler les lacunes du droit suisse en matière de droit d'auteur, de manière à ce que nos œuvres et celles de nos collègues des autres marchés culturels soient correctement protégées.
4. Pour autant, nous sommes conscients que l'évolution des mentalités fait intervenir une multitude de paramètres et ne se limite pas à la question du libre accès à la musique. Même si nous parvenons à faire en sorte que le marché de la musique redevienne légal pour l'essentiel, il faudra du temps pour que les consommateurs comprennent pourquoi la musique ne peut tout simplement pas être gratuite.
5. NEXT BIG THING cherche à faire comprendre pourquoi la musique ne peut être gratuite.

* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

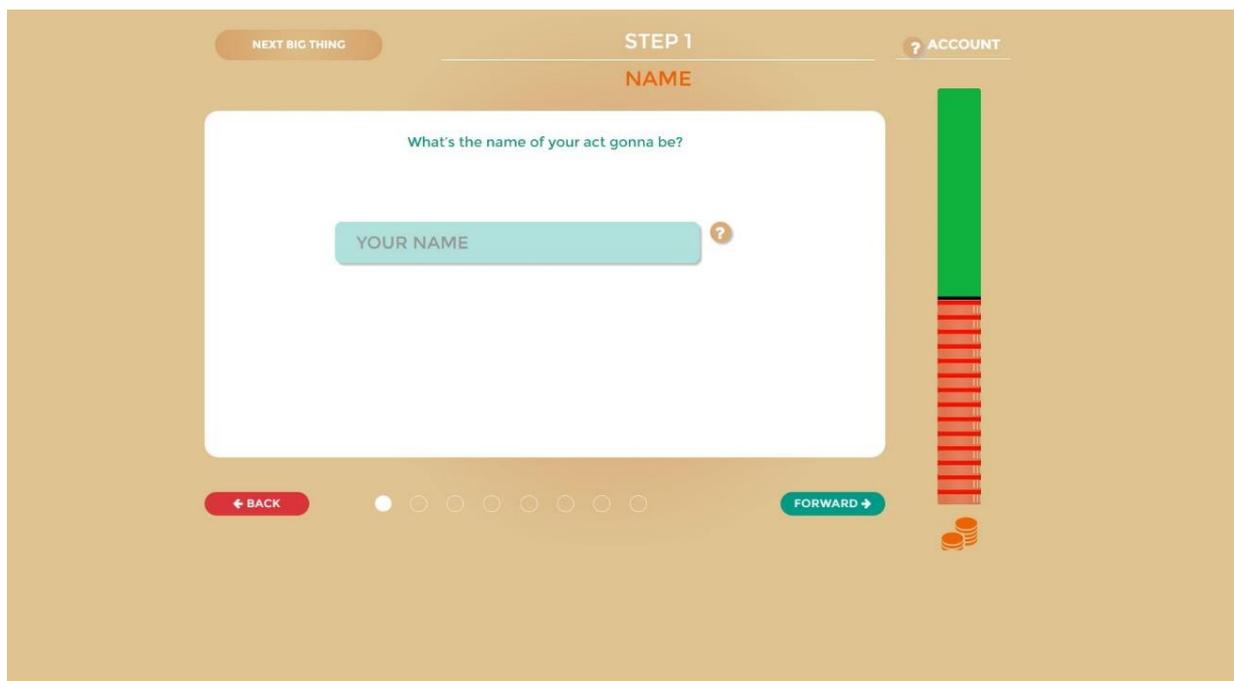
6. Le jeu en ligne plonge le joueur directement dans le processus d'enregistrement d'un morceau de musique et lui fait découvrir les étapes de production. Nous partons du principe que le joueur veut enregistrer un morceau et nous avons fait le choix de ne pas préciser le genre musical auquel il appartient, car nous aurions alors dû proposer tellement d'options que le jeu serait devenu trop confus pour notre public cible, à savoir les personnes qui ne sont habituellement pas actives dans le monde de la musique (les fans et les consommateurs) ainsi que, essentiellement, les jeunes générations.



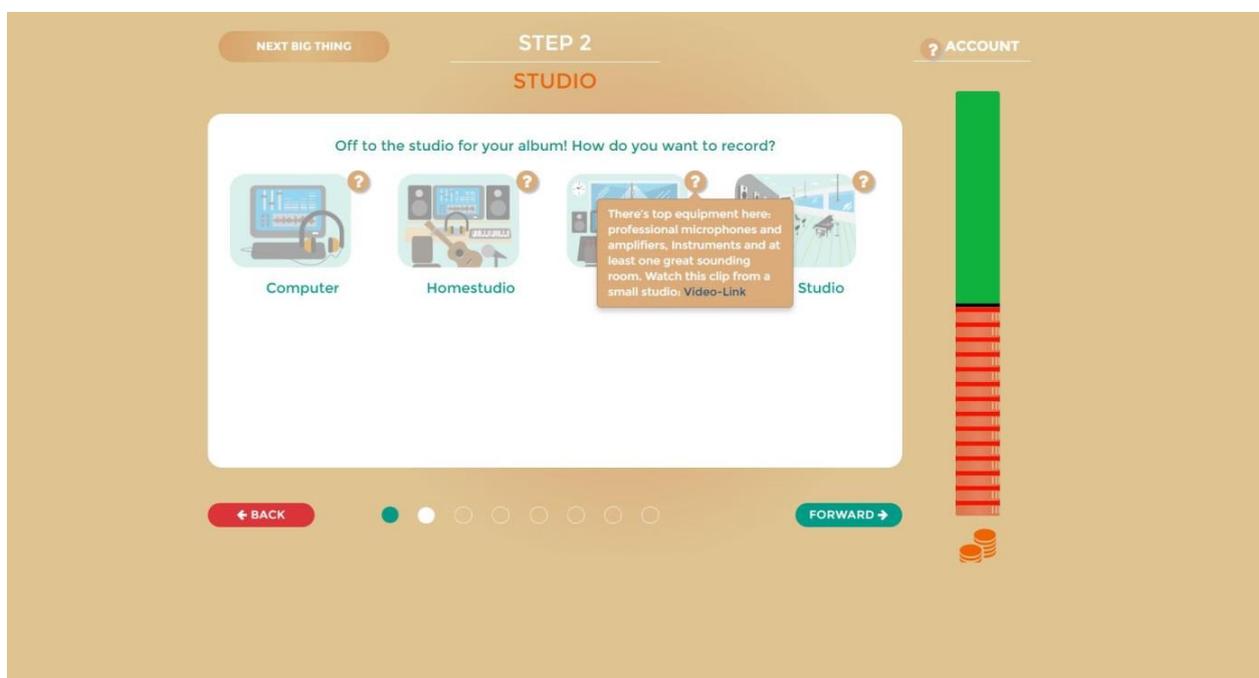
II. LE JEU

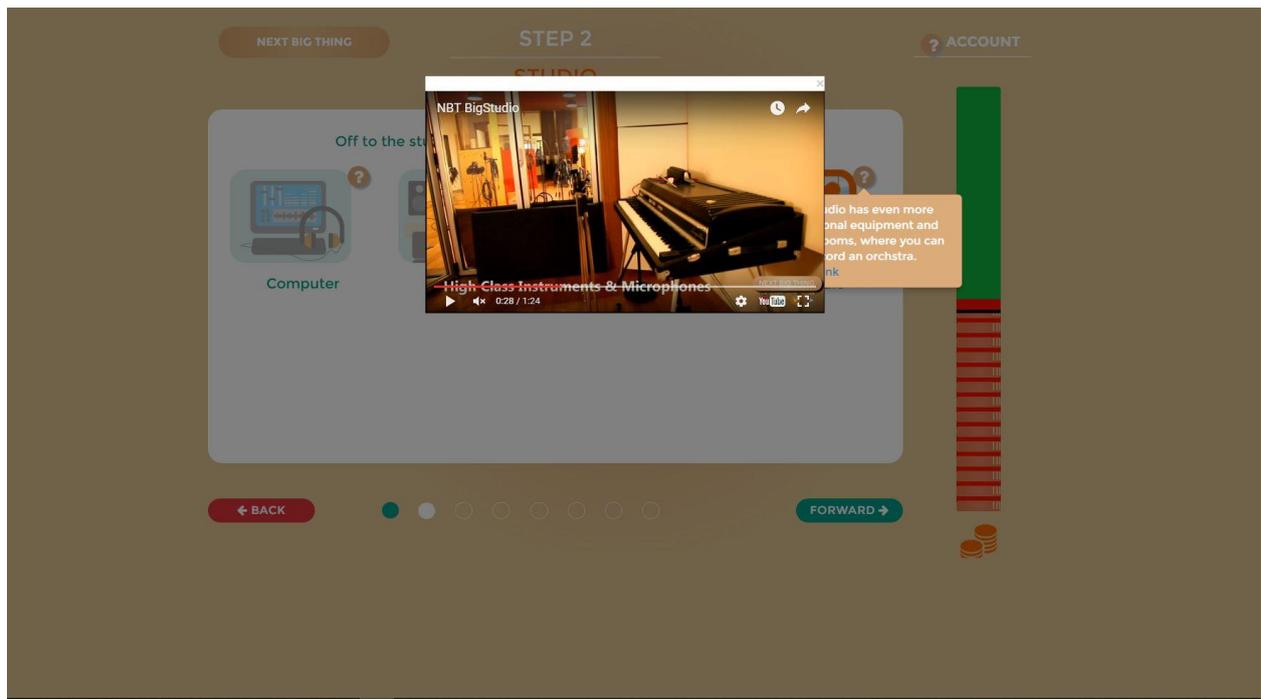
7. Nous commençons par choisir la langue. NBT est proposé dans les trois langues officielles de la Suisse (allemand, français et italien) ainsi qu'en anglais.

8. Ensuite, il faut choisir un nom. De toute évidence, appeler un morceau de musique simplement "Christophe" est une mauvaise idée. Un nom devrait pouvoir être retenu et correspondre au concept artistique général du morceau. C'est la première étape, fondamentale pour le jeu.



9. Les techniques d'enregistrement à domicile disponibles à moindre coût ont diversifié les méthodes d'enregistrement. Les infobulles aident les joueurs à comprendre les décisions qu'ils prennent et leurs éventuelles conséquences. Dans la plupart des cas, l'enregistrement à domicile n'atteindra pas la qualité qui peut être obtenue dans un studio professionnel. Un lien vidéo montre plus en détail ce que signifie l'expression "grand studio" et explique aussi pourquoi, en raison de l'espace et des équipements disponibles, les prix sont beaucoup plus élevés dans ce cas.

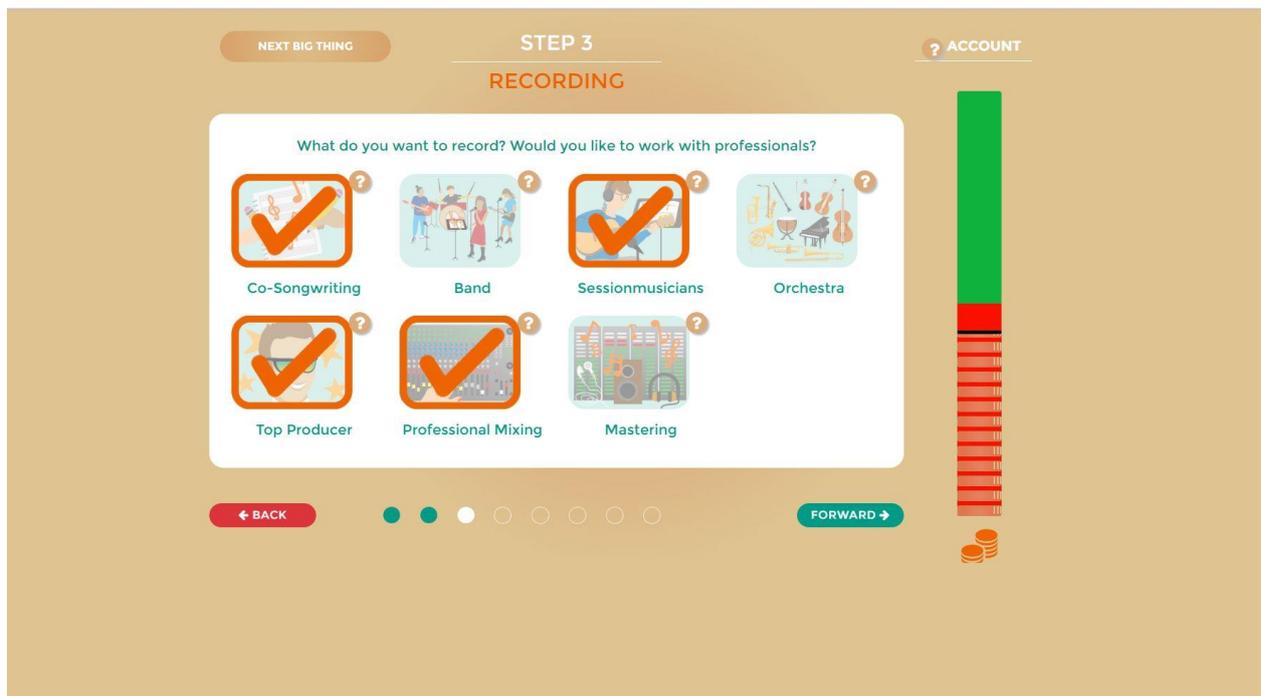




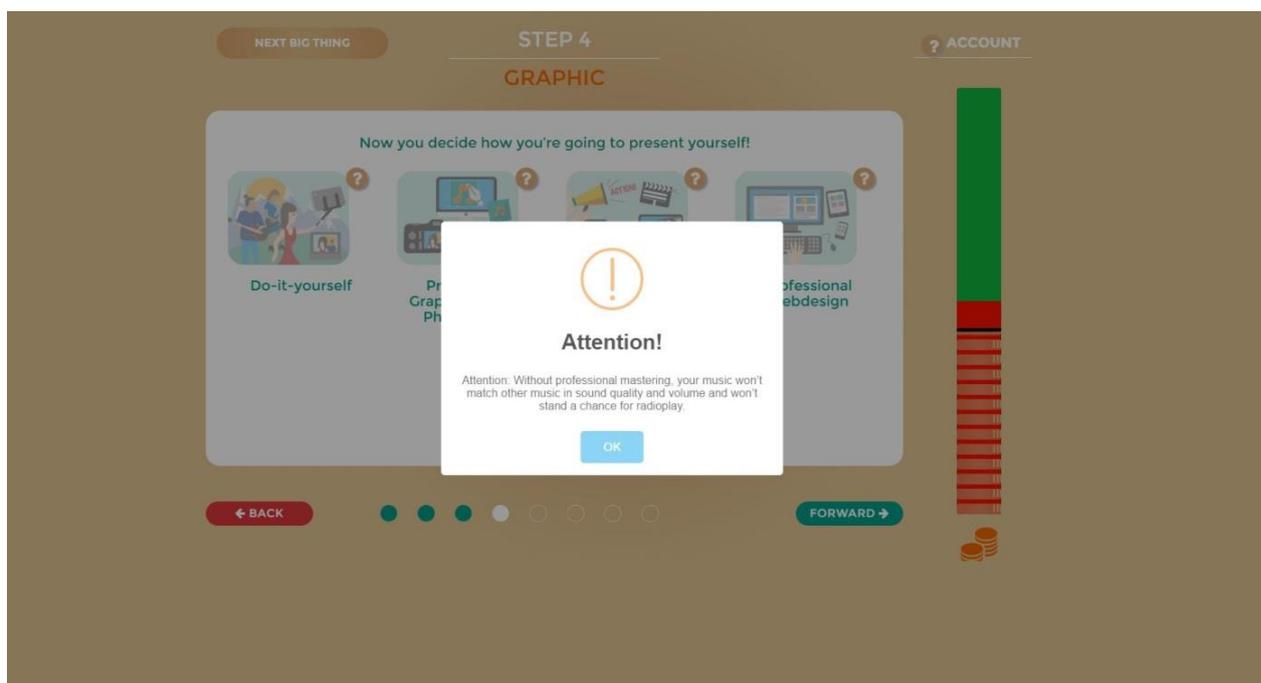
10. Au moment de choisir les options, le joueur peut visualiser l'évolution du coût sur l'indicateur situé sur le côté, car chaque décision suppose un certain investissement.

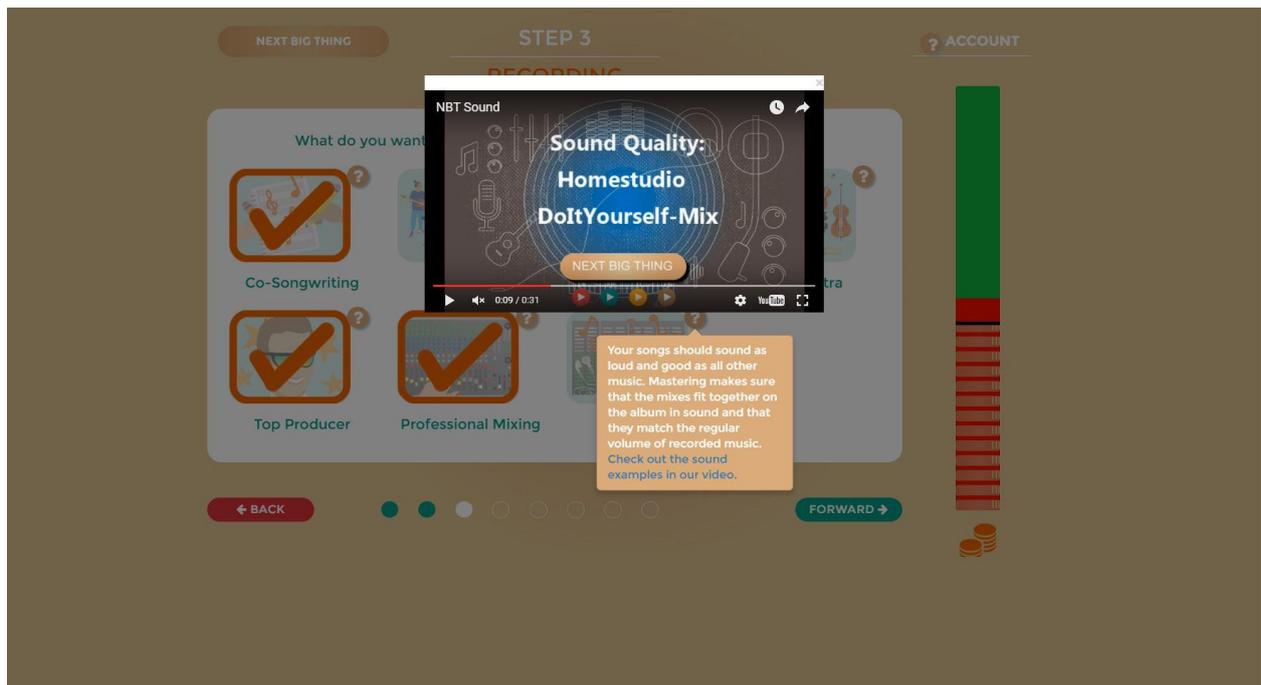
11. Nous avons décidé de ne donner aucun chiffre précis, car cela aurait entraîné tout un débat ("Je connais quelqu'un qui le ferait pour moins cher..."). Néanmoins, la question a été examinée par le comité de notre association, qui est composé de musiciens en vue et de producteurs travaillant dans des genres musicaux et à des degrés de réussite variés. Par ailleurs, nous avons conçu le jeu à partir de notre expérience commune.

12. Au cours de l'étape suivante, le joueur doit définir le processus d'enregistrement. Le fait de choisir un groupe ou des musiciens professionnels peut paraître purement artistique, mais cette décision n'est pas sans conséquence. Ainsi, un ordinateur ne peut suffire à enregistrer un groupe, et une réservation du "grand studio" peut s'avérer nécessaire pour enregistrer un orchestre. Se pose aussi la question d'engager un producteur expérimenté ou non.

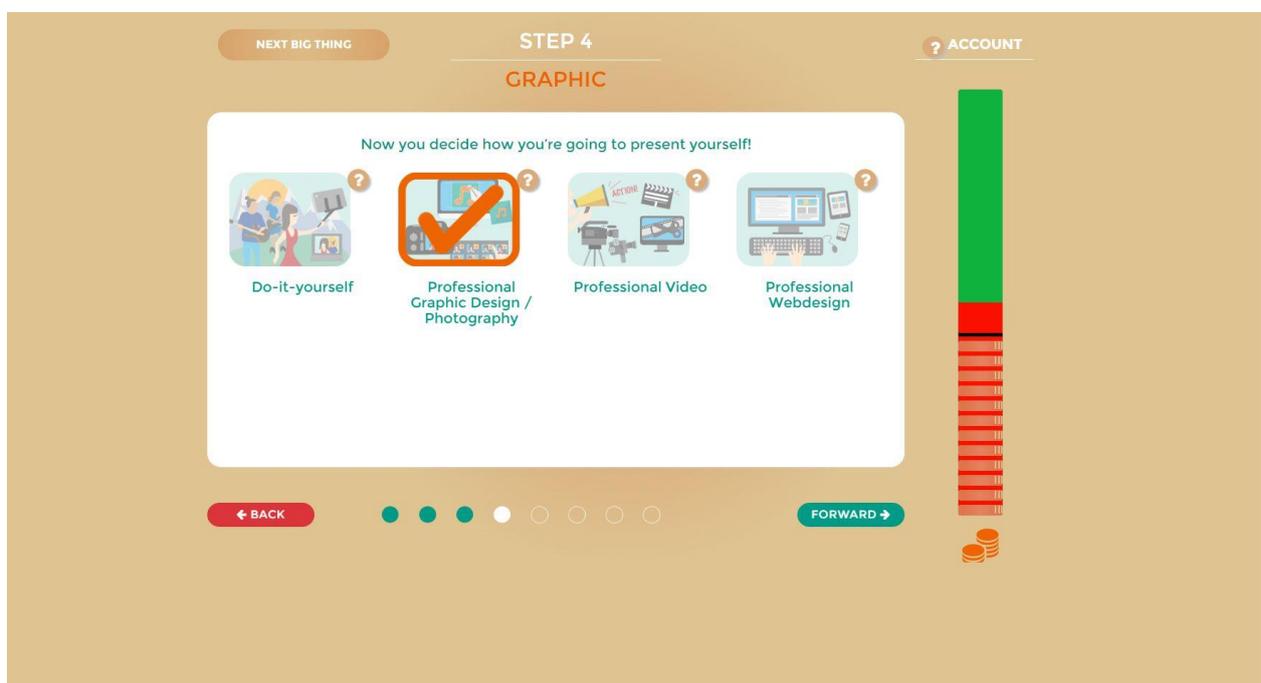


13. Si l'option "mastering" n'est pas choisie, un message apparaît pour prévenir que le son ne sera ni aussi bon ni aussi intense que celui des artistes concurrents. De plus, un lien vidéo avec des exemples sonores montre comment les options d'enregistrement professionnel, de mixage et de mastering modifient le son d'une chanson.



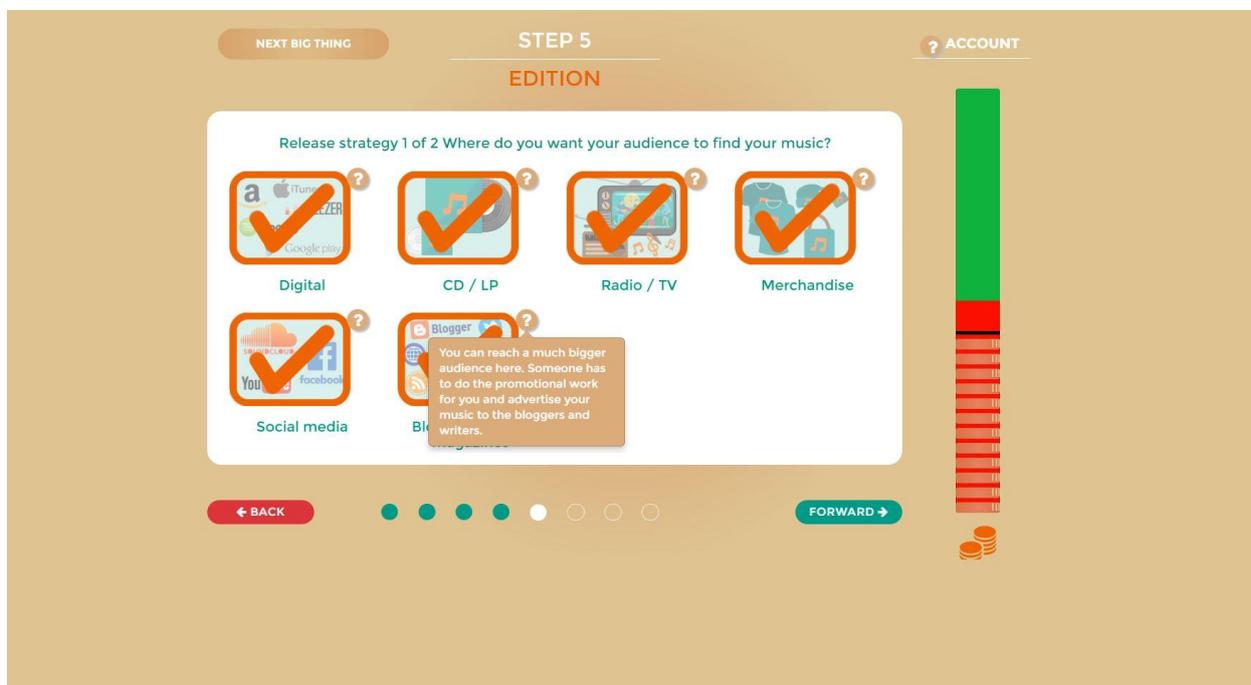


14. La décision suivante concerne la conception graphique du disque, qui a toute son importance dans un monde visuel. Des options, moins chères que les options professionnelles, permettent au joueur de réaliser lui-même un certain nombre de tâches, mais il est averti qu'il lui faudra néanmoins avoir des connaissances techniques et posséder un équipement performant.

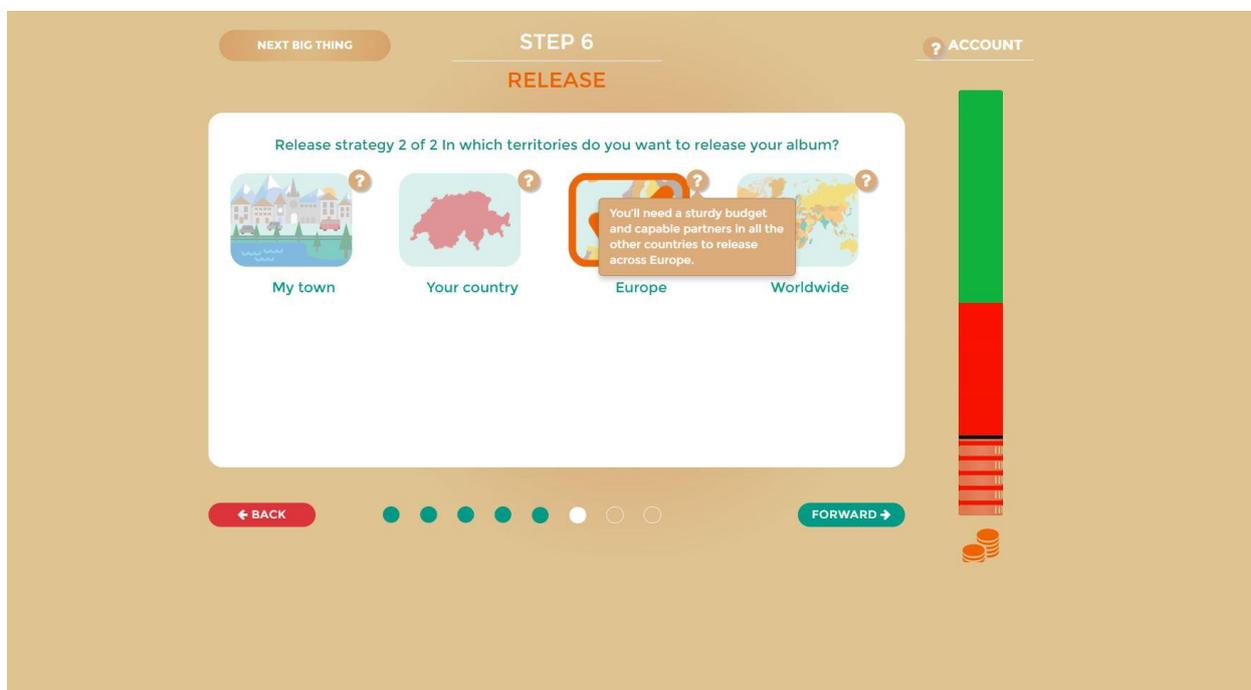


15. Il s'agit ensuite de définir la nature du produit et de planifier sa distribution. *Quid* d'une stratégie digitale? Le joueur apprend que les ventes physiques représentent encore cinquante pour cent des revenus de l'industrie et que le revenu à l'unité est bien meilleur que pour le streaming ou même les téléchargements. Il est toutefois évident que les biens physiques doivent être produits, stockés et transportés, ce qui induit des coûts plus élevés.

16. En outre, il faut planifier la promotion. Qui ne voudrait pas être vu et entendu sur toutes les chaînes de télévision? Néanmoins, ces dernières doivent être contactées et convaincues. Avec le nombre de nouvelles musiques qui sortent chaque semaine, aucune d'entre elles ne va rechercher un groupe de musique dont elle n'a jamais entendu parler. Les agents de promotion peuvent s'en charger, mais il faudra rémunérer leur travail.



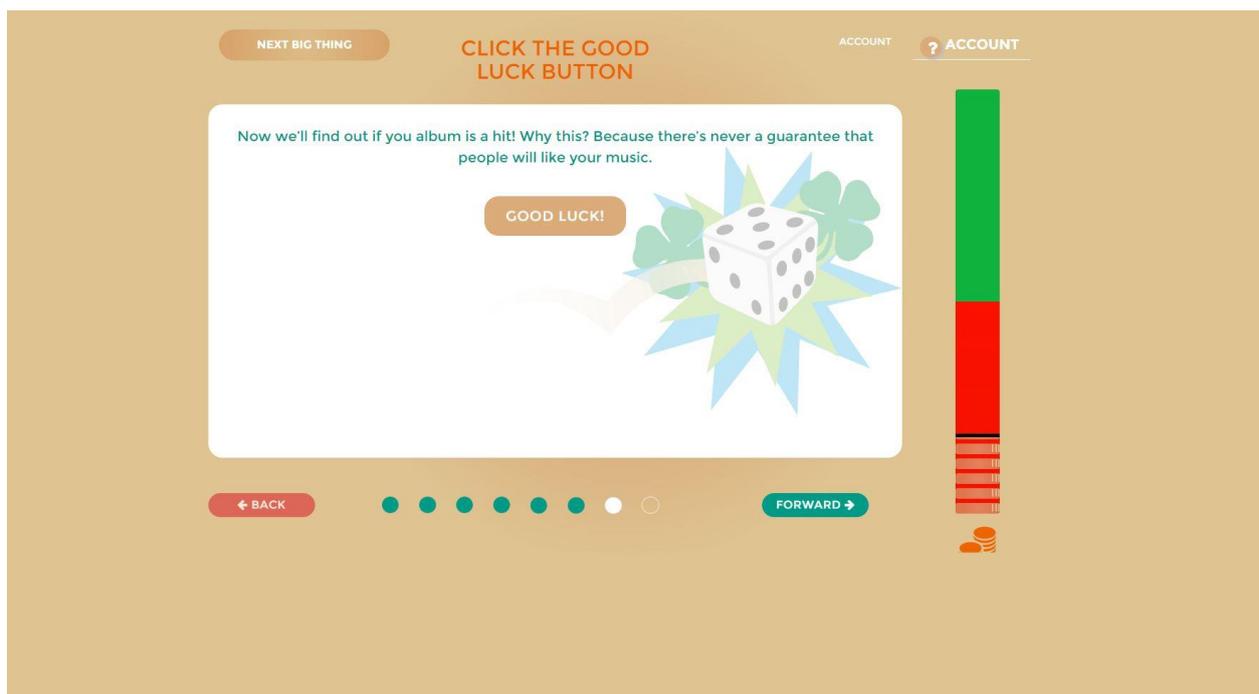
17. Enfin, il faut choisir le territoire sur lequel le disque sortira. Évidemment, si le territoire est vaste, la promotion et la production physique seront très onéreuses. Les coûts finissant par devenir élevés, le joueur est averti qu'il aura besoin de bons partenaires pour réussir.



18. Nous arrivons donc à la partie principale, pour laquelle aucune garantie n'est offerte. C'est une question de chance indépendante du degré d'investissement du joueur. Lorsque

celui-ci clique sur le bouton de sortie du disque, un message apparaît pour lui souhaiter bonne chance.

19. Lorsque nous avons conçu le jeu, nous avons soigneusement étudié le lien entre les méthodes de production d'un album et la probabilité que celui-ci rencontre le succès. Nous avons compris que, même si des erreurs peuvent être commises, aucune décision ne peut pour autant assurer le succès. De toute évidence, c'est une mauvaise idée que de ne pas enregistrer ni mixer la musique professionnellement. Les options permettant de réaliser soi-même un certain nombre de tâches diminuent les chances de succès. À l'inverse, tout le monde connaît des productions chères qui ont connu un véritable échec sur le marché. Cela peut s'expliquer par le fait que la musique n'était tout simplement pas bonne. Il peut aussi s'agir d'un accident, comme le fait d'avoir sorti sa musique le même jour qu'une autre ayant concentré toute l'attention.

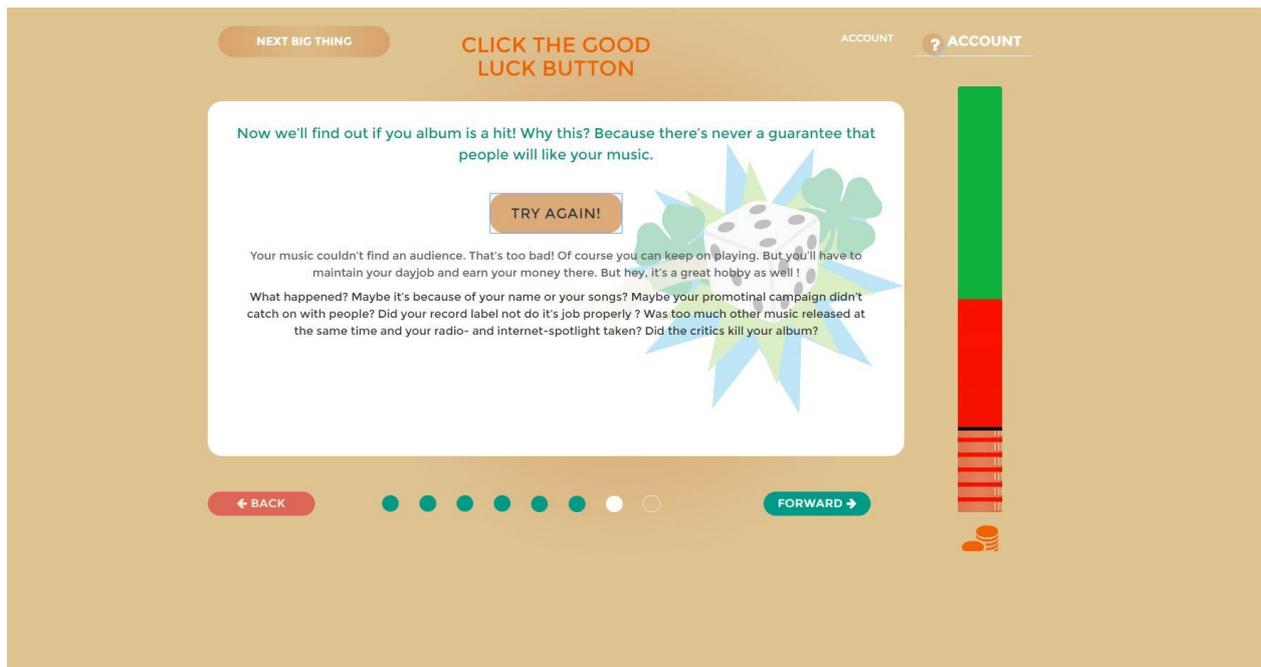


20. À cette étape, le jeu contient quatre issues possibles :

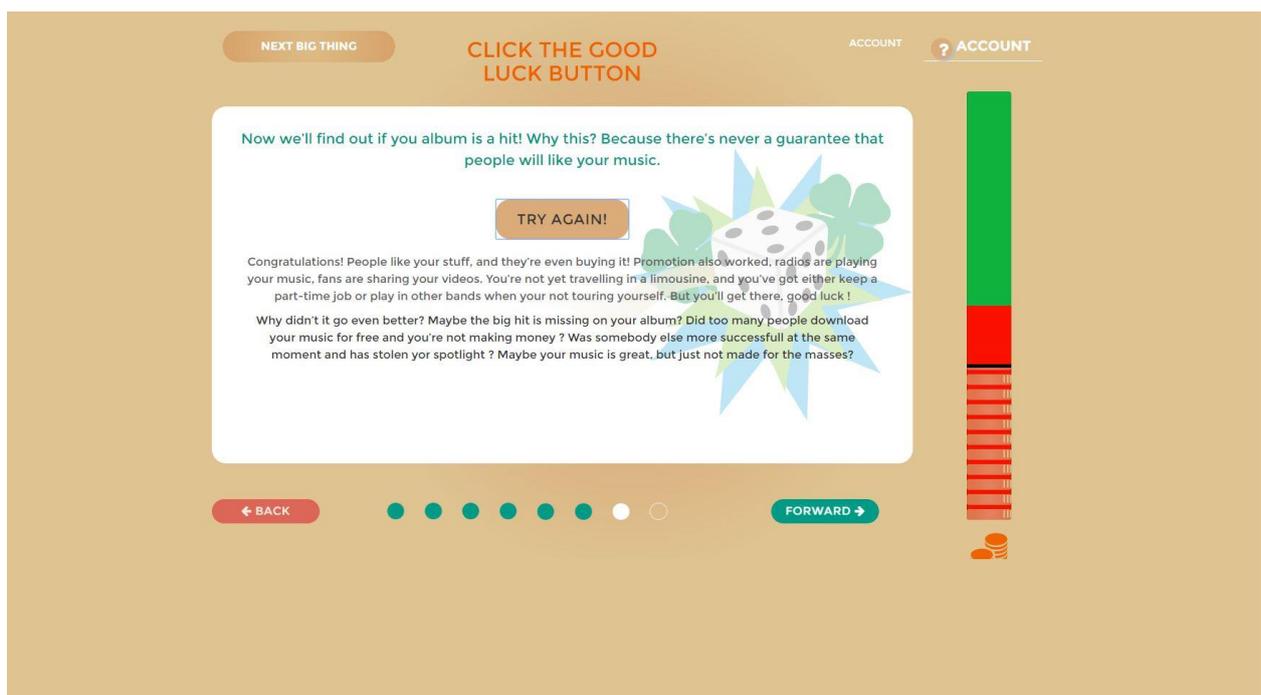
- un échec total;
- une réussite relative sur laquelle s'appuyer pour aller de l'avant;
- une réussite à une plus grande échelle permettant de lancer sa carrière sans pour autant être un succès total; et, enfin,
- un succès total.

21. L'algorithme fonctionne de manière à ce que la probabilité associée à chaque issue dépende des décisions prises tout au long du jeu, tout en laissant le hasard déterminer le résultat particulier. À chaque issue correspond un certain revenu selon le type et du territoire de sortie du morceau.

22. Regardez maintenant ce qui se passe.

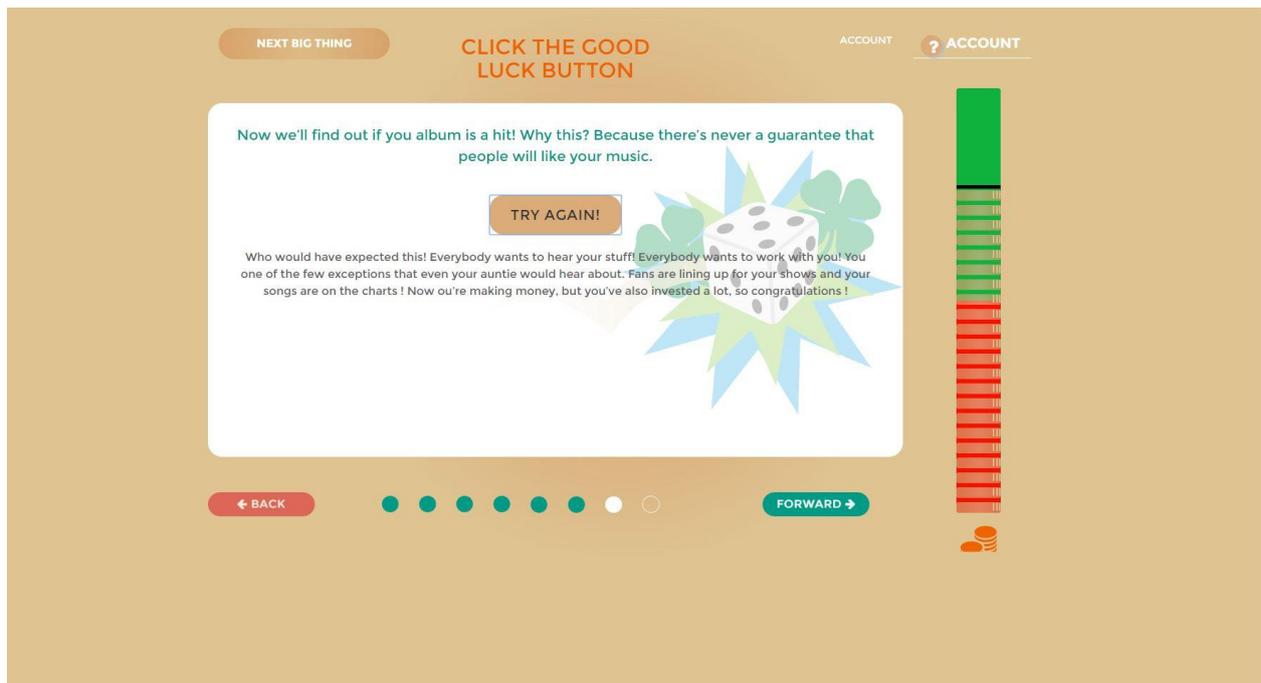


23. Le jeu informe le joueur que sa musique est un échec. Il faut essayer encore.



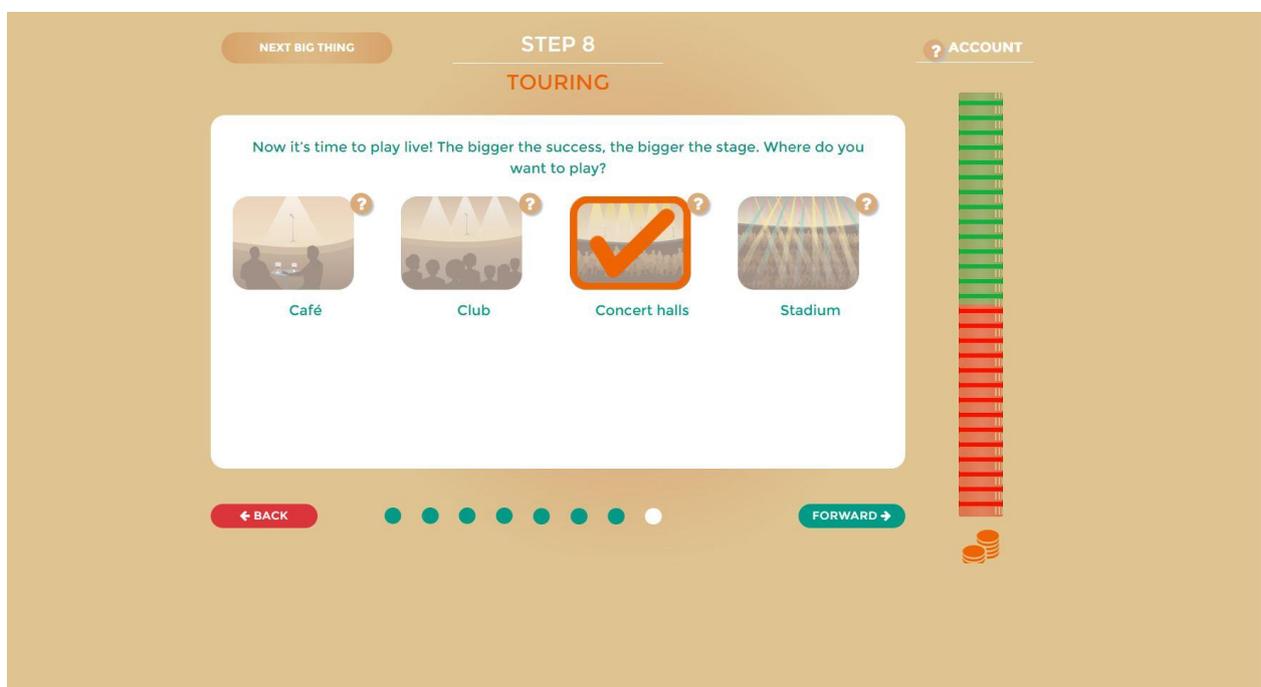
24. Les ventes ont augmenté, ce qui signifie que le joueur peut continuer. L'indicateur, toutefois, reste dans le rouge. Réussir à lancer sa carrière représente donc un investissement à long terme que les ventes seules ne suffisent pas encore à financer, malgré la réussite relative.

25. Essayez encore! Cette fois, le joueur est informé du succès de sa musique. Pour illustrer ce qu'est une réussite, nous précisons que c'est le genre de succès dont entendrait parler même une personne ne se tenant informée des nouveautés musicales qu'à la télévision. Par ailleurs, les joueurs commencent désormais à remporter de l'argent.



26. L'étape suivante consiste à partir en tournée. Le joueur choisit son lieu de représentation en fonction du succès remporté. S'il a rencontré un échec, il ne peut jouer que dans des cafés. Seul un succès international lui permet de donner des concerts en stades.

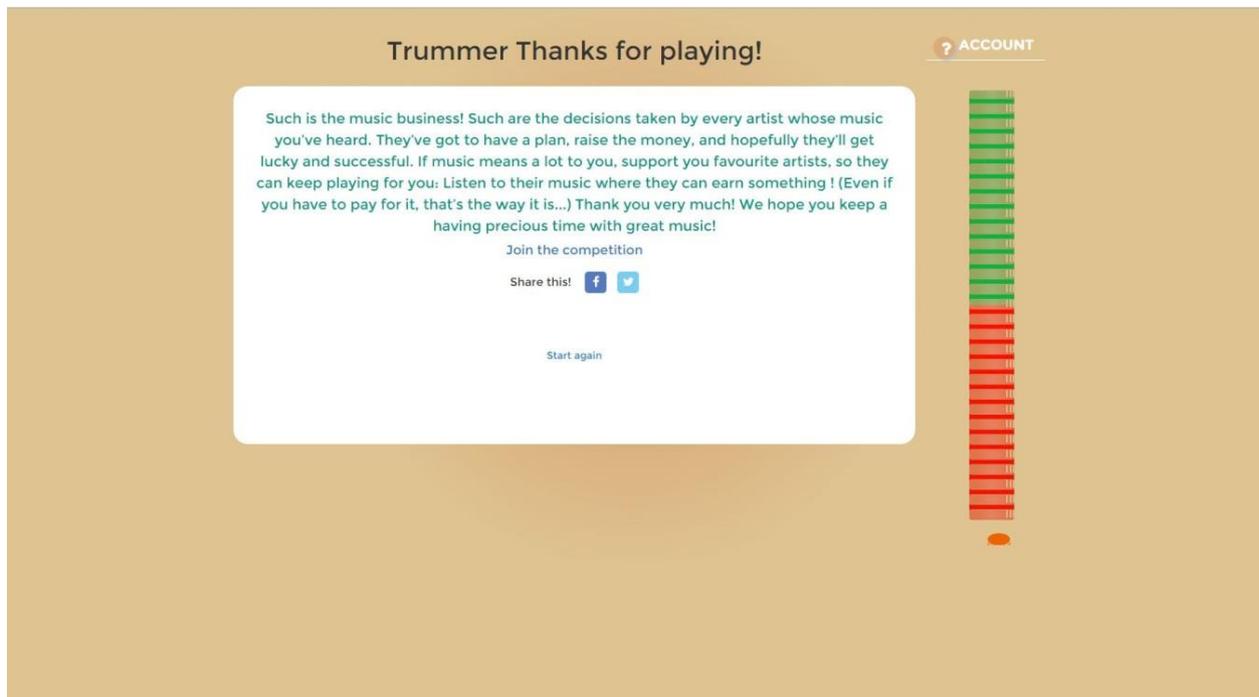
27. En cas de réussite, le joueur peut vraiment gagner de l'argent. Si la réussite est moindre, mais que l'argent a été dépensé raisonnablement tout au long du jeu, le joueur a une chance de ne pas s'endetter et de toucher un revenu modeste. Cela reflète la réalité de nombre de musiciens qui sortent des musiques avant tout pour avoir une raison de retourner sur la route.



28. À cette étape, le jeu part du principe que la tournée fonctionnera et que les gens se rendront aux concerts. La réalité est évidemment plus complexe du fait de la concurrence, de la météo, de la programmation, etc. Pour qu'une tournée remporte du succès, elle doit surmonter nombre d'obstacles potentiels. Nous avons fait le choix de ne pas entrer trop dans le

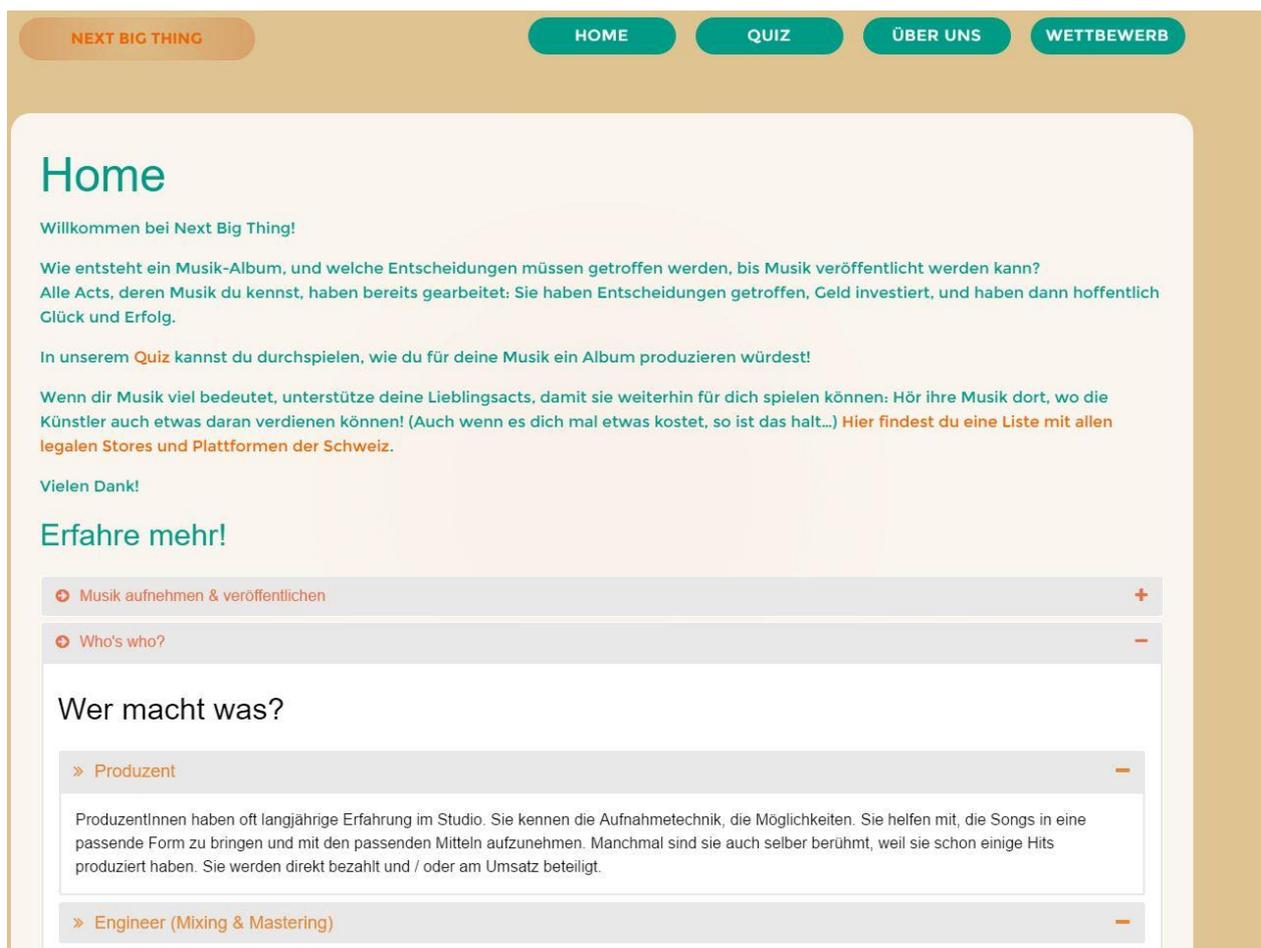
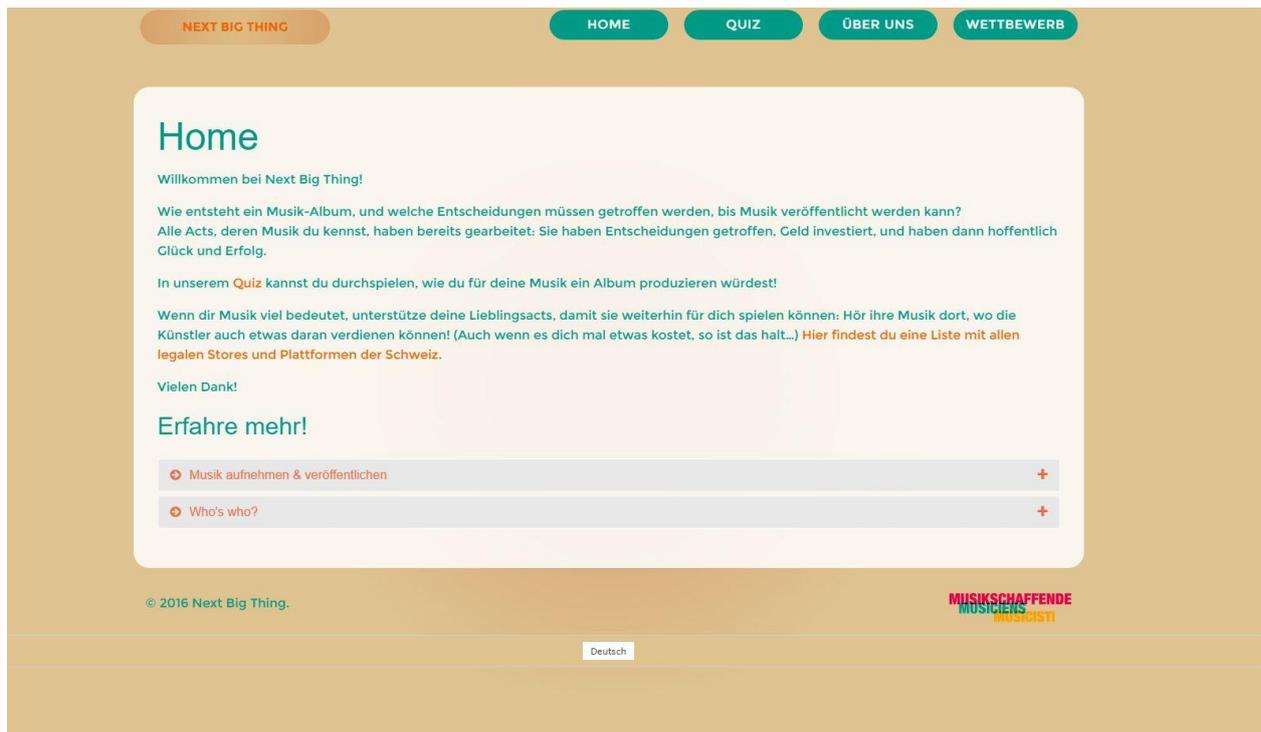
détail de cette partie de l'industrie de la musique, car le but principal du jeu est de sensibiliser à tout ce qui entre en compte dans l'enregistrement d'une musique.

29. Au cours de la dernière étape, tous les joueurs visualisent un court message pédagogique. Dans la mesure où il s'agit de la seule information pédagogique du jeu, nous espérons que les joueurs auront beaucoup appris depuis le début du jeu et que, bien sûr, ils partageront leur expérience. En outre, nous organiserons régulièrement des compétitions pour encourager les gens à jouer.



III. NEXT BIG THING – LA PARTIE ÉDUCATIVE

30. Le site Internet contient également une section informative incluant une foire aux questions portant sur le contexte dans lequel la musique est produite, ainsi qu'une partie "qui fait quoi".



IV. NEXT BIG THING – NOUVEAUX PROJETS

31. Bien que NBT soit disponible en ligne depuis le 16 avril 2016, il n'en existe pas encore de version publique. Il faudra pour cela attendre que l'ensemble du site Internet soit terminé.

32. Une version pilote est accessible en ligne au Musée des douanes suisses et des contrebandiers de Gandria, dans le cadre d'une exposition sur le piratage. C'est l'occasion parfaite pour sensibiliser les adolescents et faire passer un message constructif et positif pour montrer qu'il y a une histoire derrière chaque chanson : du cœur, du talent, du savoir-faire, de l'argent investi, du temps, etc.

33. Du matériel pédagogique est en cours d'élaboration pour les enseignants (qui font parfois eux-mêmes partie d'un groupe de musique), notamment de courtes leçons de moins de vingt minutes. Le but est de faire en sorte qu'un grand nombre d'enseignants consacre une heure à découvrir le jeu avec les élèves et parcourir son contenu informatif. L'approche, globale, couvre des questions d'économie, d'éthique et de technologies propres au contexte.

34. Nous organisons également dans les écoles des formations à destination des enseignants.

35. Pour conclure, l'Association suisse des musiciens cherche à sensibiliser autant de personnes que possible et entend adapter ce modèle pour qu'il soit repris dans d'autres pays.

[Fin du document]