

OMPI MAGAZINE

OCTOBRE
2015

N° 5



Tirer pleinement profit de la puissance économique du secteur privé: entretien avec Francis Gurry

p.2



Premières impressions du monde "point.quelquechose"

p. 14



L'édition aux Émirats arabes unis vue de l'intérieur

p.28

Favoriser l'essor de
l'industrie de la musique:
une opération avantageuse
pour les villes

p.36



Restez connecté grâce au WIPO Wire

Le bulletin d'information WIPO Wire vous offre un rapide tour d'horizon des actualités, ressources, dossiers et vidéos de l'OMPI directement dans votre boîte mail toutes les deux semaines.

Disponible en anglais, arabe, chinois, espagnol, français et russe

Abonnez-vous à l'adresse www.wipo.int/newsletters/fr/



Table des matières

| | |
|----|---|
| 2 | Tirer pleinement profit de la puissance économique du secteur privé: entretien avec Francis Gurry |
| 6 | Indice mondial de l'innovation 2015: politiques d'innovation efficaces aux fins du développement |
| 10 | Micromax, Madrid et la 1 250 000 ^e marque |
| 14 | Premières impressions du monde "point.quelquechose" |
| 20 | Les innovateurs en Afrique: dans les starting-blocks des affaires |
| 24 | Le gisement de l'innovation |
| 28 | L'édition aux Émirats arabes unis vue de l'intérieur |
| 32 | Au tribunal: <i>Blurred Lines</i> – La différence entre inspiration et appropriation |
| 36 | Favoriser l'essor de l'industrie de la musique: une opération avantageuse pour les villes |
| 40 | République de Moldova: nouveaux services de propriété intellectuelle en ligne |

Rédaction: **Catherine Jewell**

Remerciements :

| | |
|----|--|
| 10 | Matthew Forno et Benoît Apercé, Service d'enregistrement de Madrid, OMPI |
| 14 | Brian Beckham, Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI, OMPI |
| 32 | Paolo Lanteri, Division du droit d'auteur, OMPI |

Images de couverture,
de gauche à droite:
iStock.com/Diyana Dimitrova;
Jess3;
Kalimat Publishing
Image principale: DustinRabin.com

© Organisation Mondiale
de la Propriété Intellectuelle

Tirer pleinement profit de la puissance économique du secteur privé :

Entretien avec Francis Gurry

Selon le Directeur général de l'OMPI, Francis Gurry, une collaboration plus étroite avec le secteur privé mise en œuvre par le biais de partenariats entre le secteur public et le secteur privé permettrait à l'Organisation de promouvoir ses capacités afin d'atteindre les objectifs de politique publique qu'elle s'est fixés. Francis Gurry nous explique l'intérêt qu'offrent de tels partenariats pour l'OMPI ainsi que les opportunités et les enjeux qu'ils présentent.

Pourquoi constate-t-on à l'heure actuelle un tel engouement pour les partenariats entre secteur public et secteur privé?

Ces 25 dernières années se sont caractérisées par une tendance générale à la privatisation des fonctions et des services publics, ce qui explique la croissance du secteur privé. En outre, la manne des capitaux du secteur public s'est tarie avec les mesures d'austérité mises en place par les gouvernements pour faire face à la crise financière mondiale. Aujourd'hui, nous constatons que les capitaux disponibles se trouvent essentiellement aux mains du secteur privé. En 2012, par exemple, le budget pour le système des Nations Unies dans son ensemble se montait à 40 milliards de dollars É.-U. Dans la même année, les dons du secteur privé aux Nations Unies seules se sont élevés à 320 milliards de dollars É.-U. Il est donc souhaitable de trouver une solution pour exploiter une partie de ces capitaux aux fins de financer des programmes publics.

Les partenariats entre secteur public et secteur privé constituent un excellent moyen de mise en œuvre des politiques approuvées par nos États membres. Ainsi, par exemple, le *Traité de Marrakech visant à faciliter l'accès des aveugles, des déficients visuels et des personnes ayant d'autres difficultés de lecture des textes imprimés aux œuvres publiées* a pour objet de remédier à la pénurie de livres en format accessible, en établissant le cadre juridique requis pour assurer la libre circulation de tels ouvrages dans le monde. Toutefois, si le traité ouvre certes la voie aux transferts transfrontières de ces textes, ce n'est pas lui qui dans la réalité assure ce déplacement. Pour cette raison, et conformément aux objectifs politiques

fixés par les États membres de l'OMPI, nous avons formé un partenariat entre secteurs public et privé, à savoir, le Consortium pour des livres accessibles (ABC) qui est en fait une évolution de la plate-forme des parties prenantes de l'OMPI établie par les États membres en 2009.

Comment sont gérés les partenariats établis par l'OMPI entre secteurs public et privé?

Je tiens à souligner que les partenariats entre secteur public et secteur privé ne constituent pas des outils permettant d'élaborer des lois ou des politiques en matière de propriété intellectuelle. Le programme de l'OMPI en matière d'établissement de normes reste la prérogative des États membres et des États membres uniquement. Il s'agit d'une fonction essentiellement publique.

Les initiatives de partenariats entre secteur public et secteur privé menées par l'OMPI sont gérées avec le plus grand soin conformément aux principes de bonne gouvernance de l'Organisation. Elles figurent dans nos propositions de programme et budget qui sont révisées et adoptées par les États membres, et comme toute autre activité figurant dans ces programmes, elles font l'objet de contrôles et d'audits stricts et elles doivent également satisfaire à des exigences en matière de rapports.

Les activités du partenariat doivent être dirigées selon un mécanisme pratique, par un comité ou un conseil composé des représentants des parties prenantes.

Pouvez-vous citer quelques exemples de l'implication réussie de l'OMPI dans des partenariats entre secteur public et secteur privé?

WIPO Re:Search et le Consortium pour des livres accessibles constituent les deux principaux partenariats créés entre le secteur public et le secteur privé.

La réussite de WIPO Re:Search est due à la raison même de la création de ce partenariat qui a été établi dans le but d'accélérer la découverte de médicaments pour lutter

contre les maladies tropicales négligées, le paludisme et la tuberculose. Il n'a pas pour objet d'assurer des services de santé car il se situe bien en amont de la recherche, du développement et de la commercialisation de ces produits.

WIPO Re:Search permet aux participants de partager leurs actifs de propriété intellectuelle afin de faire progresser la recherche dans le domaine des maladies tropicales négligées, du paludisme et de la tuberculose. Il a été conçu pour remédier à l'insuffisance de financements, dans le domaine de la recherche-développement, consacrés à ces maladies qui touchent plus particulièrement les populations les plus pauvres du monde. Ces populations n'ayant aucun pouvoir d'achat, il est impossible de mettre en place des incitations commerciales dans le but de stimuler les investissements dans la recherche et le développement de tels produits. Néanmoins, s'il n'existe pas de marché pour ces produits, il y a un réel besoin en matière de santé, et il s'agit là d'un cas typique d'intervention du secteur public.

La société pharmaceutique japonaise Takeda a récemment rejoint le consortium WIPO Re:Search, qui compte ainsi 98 adhérents. Par ailleurs, à ce jour 94 accords de coopération en matière de recherche ont été conclus entre les institutions participantes. Nous sommes extrêmement reconnaissants envers notre partenaire, BIO Ventures for Global Health (BVGH), qui facilite ce genre de collaboration (voir encadré).

De la même manière, le consortium ABC rassemble toutes les parties prenantes concernées, notamment les auteurs, les organismes titulaires de droits (organisations de gestion collective) pour les auteurs et les éditeurs, les éditeurs, les bibliothèques, l'Union mondiale des aveugles et le Consortium DAISY, organisation faitière chargée d'élaborer des solutions techniques pour les déficients visuels. Ce consortium rallie un nombre croissant de parties prenantes.

Pour accroître le nombre de livres disponibles en format accessible dans le monde entier, l'ABC s'est fixé trois objectifs. En premier lieu, il facilite les échanges de livres transfrontières en permettant aux bibliothèques membres du réseau de télécharger gratuitement des livres qui ont déjà été produits sous un format accessible par d'autres bibliothèques membres. L'ABC est chargé de l'obtention des droits auprès des titulaires de droits concernés afin de permettre les échanges transfrontières des livres en format accessible et ce jusqu'à l'entrée en vigueur du Traité de Marrakech à savoir lors de sa ratification par 20 pays.

En deuxième lieu, l'ABC met en place les institutions et établit les compétences techniques dont ont besoin les pays en développement pour pouvoir produire et diffuser davantage de livres en format accessible auprès de ceux qui en ont besoin.

Enfin, grâce à ses activités en format accessible, l'ABC encourage les éditeurs à veiller à ce que tout ouvrage publié soit produit dans des formats accessibles tant pour les personnes voyantes que pour les déficients visuels.

WIPO GREEN (voir l'encadré) constitue un autre exemple de partenariat intéressant conclu entre secteurs public et privé. Il s'agit d'une plate-forme dont le but est de soutenir le marché des technologies respectueuses de l'environnement et technologies énergétiques propres en renforçant la transparence et en facilitant le rassemblement des acteurs concernés.

Quels sont à votre avis les principaux enseignements que l'on peut tirer de l'expérience de l'OMPI à ce jour?

Nous avons encore à apprendre en matière de création de partenariats entre secteurs public et privé, mais ce qui est essentiel est de les mettre en œuvre progressivement en fixant des objectifs très clairs. Toutes les parties prenantes doivent être impliquées et participer à cette mise en place, ce qui prend du temps.

L'établissement de consultations et de rapports est également un facteur déterminant. Nous mettons tout en œuvre pour nous assurer que les États membres sont entièrement impliqués et comprennent bien la nature de chaque partenariat établi. Outre le fait de tenir les États membres informés par le biais de nos mécanismes d'établissement de rapports traditionnels, nous publions également des informations relatives à l'avancement de ces activités sur les sites Web dédiés à chaque partenariat créé et sur le site Web de l'OMPI.

Quels sont les nouveaux partenariats en voie d'élaboration?

Il n'y a pas de projet précis en vue à l'heure actuelle. Cela dépendra des opportunités qui se présenteront mais nous devons agir progressivement et veiller à ce que chaque nouveau partenariat atteigne bien les objectifs fixés en accord avec les États membres. À l'heure actuelle, nous veillons à consolider les partenariats existants et à assurer leur viabilité financière et leur réussite.

Quels sont les principaux avantages des partenariats secteurs public et privé pour l'OMPI?

Les partenariats entre secteurs public et privé peuvent aider les États membres à atteindre leurs objectifs en leur donnant accès à des ressources intellectuelles et à des capitaux qui n'existent pas dans le secteur public. Avec WIPO Re:Search, par exemple, le secteur privé donne accès à des bibliothèques de composés, des données



Photo: OMPI

À propos du Consortium pour des livres accessibles (ABC)

Lancé en juin 2014, l'ABC vise à accroître dans le monde le nombre de livres en format accessible et à les mettre à la disposition des déficients visuels. L'ABC est une alliance comprenant l'OMPI, les organisations représentant les déficients visuels, les bibliothèques et les titulaires de droits.

Résultats à ce jour :

- 14 bibliothèques membres du réseau ont mis à disposition leurs catalogues de titres consultables dans le cadre de l'échange de livres de l'ABC (notamment le service TIGAR) qui comprend maintenant environ 290 000 titres en format accessible et en 55 langues.
- Depuis juin 2015, environ 3000 livres ont été téléchargés par les bibliothèques membres du réseau, ce qui a permis de réaliser une économie de 6 millions de dollars É.-U.
- En l'espace d'un an, le programme de renforcement des capacités de l'ABC a permis de produire 1588 ouvrages universitaires en format accessible, dont ont bénéficié 23 500 étudiants au Bangladesh, en Inde, au Népal et à Sri Lanka. Le consortium a également organisé de nombreux cours de formation sur les dernières techniques de production de livres en format accessible à l'intention des organisations non gouvernementales, des agences gouvernementales et des éditeurs commerciaux.
- 12 éditeurs ont signé la *Charte ABC de l'édition en format accessible*.



Photo: iStock.com/Diyana Dimitrova

À propos de WIPO GREEN

WIPO GREEN est un marché interactif qui vise à accélérer l'innovation et la diffusion de technologies vertes. Lancé en 2013, WIPO GREEN se compose d'une base de données et d'un réseau en ligne permettant de rassembler un grand nombre d'acteurs de la chaîne de valorisation des innovations dans le domaine des technologies vertes et de mettre les propriétaires de nouvelles technologies en relation avec des entreprises ou des particuliers désireux de commercialiser, concéder sous licence ou distribuer de telles technologies, ou encore d'avoir accès à ces dernières. WIPO GREEN se positionne comme la plate-forme incontournable des technologies vertes.

Résultats à ce jour :

- 63 partenaires ont rejoint la plate-forme ainsi que plus de 400 utilisateurs.
- La base de données WIPO GREEN enregistre une croissance de 20 entrées par mois et comprend environ 2000 enregistrements de technologies pouvant faire l'objet de licences, de ventes ou répondre à certains besoins.
- En avril 2015 lors d'une manifestation visant à mettre en relation les acteurs de ce domaine, 16 collaborations commerciales potentielles ont été lancées avec la participation de propriétaires de technologies de la Malaisie et de la République de Corée et des utilisateurs ayant besoin de technologies d'Indonésie, des Philippines et du Viet Nam.



Photo: iStock.com/Haykirdi

À propos de WIPO Re:Search

WIPO Re:Search favorise la mise au point de produits médicaux contre les maladies tropicales négligées, le paludisme et la tuberculose grâce à des partenariats de recherche innovants et au partage des connaissances. Ces maladies touchent plus d'un milliard de personnes pauvres sur la planète. Cette plate-forme a été établie par l'OMPI en collaboration avec BIO Ventures for Global Health (BVGH) en 2011.

Résultats à ce jour :

- 98 grands groupes pharmaceutiques (dont Alnylam Pharmaceuticals, Eisai, GSK, Merck KGaA, MSD, Novartis, Pfizer, Sanofi, et Takeda) et d'autres organisations de recherche des secteurs public et privé ont rejoint le consortium pour partager, sans verser de redevance, leur propriété intellectuelle, leurs composés, leur expertise, leurs installations et leur savoir-faire avec les chercheurs du monde entier, travaillant sur des thérapies visant à soigner ces maladies.
- En septembre 2015, le centre de partenariat de WIPO Re:Search avait déjà établi 94 collaborations en vue du partage des connaissances entre les participants.

scientifiques non publiées et d'autres données de propriété intellectuelle. Avec l'ABC, les éditeurs et les auteurs apportent des actifs de propriété intellectuelle sous la forme d'ouvrages publiés, et les bibliothèques jouent également un rôle majeur en mettant à disposition leurs collections. Dans chaque cas, le secteur privé participe également aux ressources financières.

Et quels sont les enjeux?

Il est essentiel de garantir l'implication de tous. En d'autres termes, il s'agit de veiller à ce qu'au niveau tant des États membres que des différentes parties prenantes concernées tous se sentent engagés et aient voix au chapitre à titre de membre à part entière du partenariat. Il est également nécessaire d'assurer une communication régulière entre les partenaires et de veiller à ce qu'ils soient régulièrement tenus informés des dernières évolutions en la matière.

La viabilité financière est également un facteur déterminant. L'une des raisons d'être des partenariats entre secteurs public et privé est précisément d'avoir accès aux ressources financières du secteur privé, dont il s'agit de maintenir l'intérêt, ce qui constitue un réel défi. Il est essentiel que les parties prenantes du secteur privé puissent saisir l'importance et la valeur du projet et le percevoir non pas comme une menace de leurs propres intérêts commerciaux mais comme compatible avec ceux-ci. À l'heure actuelle, les entreprises ayant adhéré au projet WIPO Re:Search participent à la création de nouveaux marchés. Il en va de même des livres en format accessible et de WIPO GREEN.

L'établissement de partenariats entre les secteurs public et privé nécessite-t-il un changement culturel de l'Organisation?

N'oublions pas que l'OMPI est une organisation intergouvernementale qui se conforme aux priorités établies par les États membres. Néanmoins, nous sommes dans un monde en constante mutation et si l'Organisation souhaite conserver son rôle, elle doit s'adapter à ce monde.

Les partenariats entre secteurs privé et public n'affectent en rien la nature intergouvernementale de l'Organisation. Ce sont toujours les États membres qui donnent leurs orientations à l'Organisation et établissent son programme en matière d'élaboration de normes. Les partenariats des secteurs public et privé peuvent toutefois aider l'OMPI à atteindre les objectifs définis par les États membres en matière de politique publique, comme en témoigne l'expérience que nous avons acquise avec WIPO Re:Search, l'ABC et WIPO GREEN. En effet, c'est grâce à l'appui du secteur privé que nous pouvons atteindre nos objectifs en matière de politique publique, notamment à l'égard de la santé, de l'alphabétisation et de l'environnement.

Ces partenariats peuvent-ils aider l'OMPI à renforcer ses possibilités de répondre à la demande croissante d'aide au développement?

S'agissant de la mise en place du renforcement des capacités et des activités d'assistance technique à l'OMPI par exemple, le secteur privé a toujours été impliqué. Nous faisons ainsi appel à des conseils en brevets dûment qualifiés pour l'assistance technique à apporter en matière de rédaction de demandes de brevet. Dans de nombreux cas, bien sûr, l'assistance technique requise est également assurée par les offices de propriété intellectuelle des États membres. Nous devons nous reposer sur des ressources externes, tant dans le secteur public que dans le secteur privé, pour permettre aux pays en développement d'améliorer leurs capacités en matière d'utilisation du système de propriété intellectuelle.

Comment peut-on évaluer le succès de cette entreprise?

Il existe plusieurs façons de mesurer le succès de ces partenariats, mais chaque partenariat devrait être évalué en fonction de ses propres indicateurs. Dans le contexte de l'ABC, par exemple, lorsqu'une bibliothèque membre du réseau peut se procurer des livres en format accessible auprès d'un de ses homologues dans d'autres pays, il est alors possible d'utiliser l'argent qui aurait servi à convertir cet ouvrage pour transformer d'autres ouvrages qui n'existent pas encore dans un format accessible. Lors de la première édition de Harry Potter, des versions accessibles en anglais ont été publiées séparément dans cinq pays différents. L'ABC permet de réduire de tels frais de reproduction. L'argent ainsi économisé peut permettre de créer de nouveaux ouvrages en format accessible. Depuis le 31 mai 2015, les bibliothèques membres du réseau ont téléchargé plus de 3000 livres via l'ABC, ce qui représente une économie d'environ six millions de dollars É.-U.

De la même manière, WIPO Re:Search ouvre de nouvelles perspectives aux scientifiques qui tentent de résoudre les problèmes liés à certaines maladies dans les pays en développement, en leur donnant la possibilité de travailler dans les laboratoires de grands groupes pharmaceutiques et d'universités dans le monde industrialisé. Le partage des actifs intellectuels dans le domaine de la recherche accroît la qualité des matières premières dont peuvent disposer les scientifiques, ce qui se traduit également par une amélioration des résultats de la recherche.

Les partenariats des secteurs public et privé permettent de rassembler les diverses contributions des multiples partenaires, à savoir les gouvernements, l'industrie, la société civile et les universitaires, ce qui nous permet d'aller au-delà de ce que nous aurions pu faire sans eux.

Indice mondial de l'innovation 2015 : politiques d'innovation efficaces aux fins du développement

Catherine Jewell, Division des communications de l'OMPI et
Sacha Wunsch-Vincent, Division de l'économie et des statistiques de l'OMPI

Les pays développés reconnaissent depuis longtemps les avantages majeurs que présentent l'investissement dans les infrastructures et le renforcement des capacités dans le but d'innover. L'Indice mondial de l'innovation de cette année, qui donne une vue d'ensemble de l'innovation dans le monde entier, montre que les économies à revenu intermédiaire et à faible revenu axent également leurs efforts sur le renforcement de leurs capacités aux fins de promouvoir la croissance fondée sur l'innovation.

L'Indice mondial de l'innovation, aujourd'hui à sa huitième édition, rend compte des résultats de 141 pays en matière d'innovation en fonction d'un grand nombre d'indicateurs qui mesurent les moyens dont disposent les pays en matière d'innovation, notamment ce qu'ils font pour renforcer leurs écosystèmes d'innovation, et les résultats obtenus en matière d'innovation, notamment leur performance et leurs résultats dans ce domaine. Si l'Indice mondial de l'innovation établit un classement évaluant les résultats en la matière dans les pays étudiés, il vise avant tout à donner une idée de la situation, à recenser les bonnes pratiques et à apporter un appui pratique aux décideurs et aux cadres d'entreprises dans les initiatives qu'ils mettent en place.

L'édition de 2015 de l'Indice mondial de l'innovation est axée sur le thème "Politiques d'innovation efficaces au service du développement" et aborde les nouvelles façons dont les décideurs des pays émergents pourraient tirer profit de leur potentiel d'innovation et stimuler la croissance économique.

"L'innovation est riche de promesses en termes de croissance économique pour les pays à tous les stades de

développement. Toutefois, ces promesses ne se concrétisent pas automatiquement", a déclaré M. Francis Gurry, Directeur général de l'OMPI. "Chaque nation doit trouver la juste combinaison de politiques pour mobiliser le potentiel novateur et créateur inhérent à son économie", a-t-il ajouté.

"L'innovation est un jeu à long terme qui demande de la persévérance", a poursuivi M. Gurry, en soulignant le processus "périlleux" et "complexe" associé à la traduction d'une idée en un produit commercialisé avec succès. "Pour de nombreux pays en développement, il s'agit là d'un enjeu capital", a-t-il déclaré lors du lancement à Londres de l'édition de 2015 de l'Indice mondial de l'innovation, en faisant remarquer que les décideurs pourraient tirer des leçons intéressantes de ce rapport afin d'améliorer leur performance en matière d'innovation.

CLASSEMENTS

Selon l'édition 2015 de l'Indice mondial de l'innovation, la Suisse, le Royaume-Uni, la Suède, les Pays-Bas et les États-Unis d'Amérique sont les nations les plus innovantes au monde. Ces pays partagent des écosystèmes d'innovation entièrement intégrés dans lesquels l'investissement en capital humain associé à une infrastructure solide favorise un haut niveau de créativité.

L'Indice mondial de l'innovation montre également que le groupe des 25 premiers, tous des pays à revenu élevé, a peu changé hormis quelques exceptions, ce qui atteste de la difficulté de faire sa place parmi les plus performants. La République tchèque (classée en vingt-quatrième position) est montée sur le podium des 25 premiers, tandis

L'Indice mondial 2015 de l'innovation

Quels sont les chefs de file en matière d'innovation?

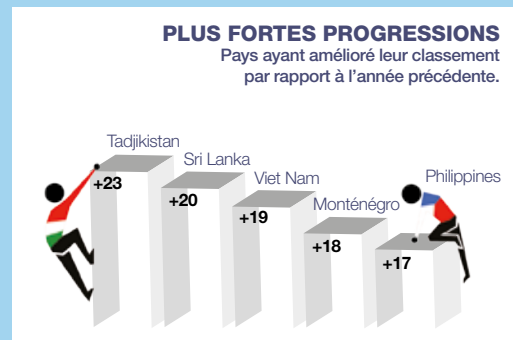
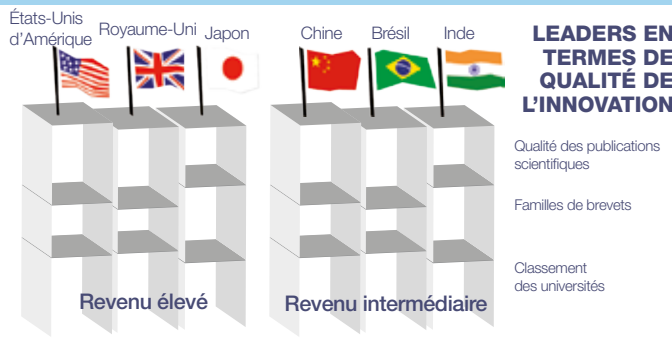
Chaque année, l'Indice mondial de l'innovation (GI) établit un classement évaluant les résultats en matière d'innovation de 141 pays du monde entier en s'appuyant sur 79 indicateurs. #GI2015



Qui sont les chefs de file de l'innovation?
PREMIERS DU CLASSEMENT PAR RÉGION*



PRINCIPAUX INNOVATEURS PAR CATÉGORIE DE REVENU*



que l'Irlande (classée huitième) a rejoint les 10 pays les plus performants de l'année.

Les pays chefs de file dans leurs régions respectives sont le Chili, l'Inde, Israël, Maurice et Singapour.

QUESTIONS RELATIVES À LA QUALITÉ

Les meilleurs innovateurs partagent également une grande capacité d'innovation en matière de qualité. Dans ce domaine, le Royaume-Uni et les États-Unis d'Amérique sont largement en tête et ce essentiellement en raison de leurs universités de toute première qualité, suivis du Japon, de l'Allemagne et de la Suisse. Parmi les pays à revenu intermédiaire, ce sont la Chine, le Brésil et l'Inde qui obtiennent les meilleurs résultats, la Chine se détachant largement du peloton.

Les universités constituent d'excellents pôles d'attraction de talents. "Les universités sont des sources de connaissances et d'expertises essentielles pour les entreprises. Elles nous fournissent la main-d'œuvre hautement qualifiée requise pour promouvoir l'innovation", a déclaré la baronne Neville-Rolfe, secrétaire d'État et ministre chargée de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni.

Selon elle, "les progrès accomplis par le Royaume-Uni au cours des cinq dernières années rendent compte de la croissance constante de l'économie de ce pays et du lien existant avec une infrastructure efficace en matière d'innovation, et bien entendu, avec les universités". Selon l'Indice mondial de l'innovation, le Royaume-Uni est passé de dixième position en 2011 en deuxième position en 2015.

"L'innovation est le principal facteur de croissance mondiale et de prospérité économique", a poursuivi la baronne Neville-Rolfe, précisant qu'il s'agissait d'un élément déterminant pour la reprise économique du Royaume-Uni. "L'innovation", a-t-elle expliqué, "soutient notre compétitivité et nous aide à attirer de nouveaux clients et à nous emparer des nouveaux marchés dont nous avons besoin à long terme."

DES LACUNES TECHNOLOGIQUES QUI SE COMBLENT PROGRESSIVEMENT

Si des écarts persistent en matière d'innovation entre pays en développement et pays développés, les fossés technologiques tendent progressivement à se combler, et un grand nombre de programmes d'innovation nationaux

sont mis en place, notamment dans les pays émergents. L'Indice mondial de l'innovation de 2015 montre qu'un groupe croissant de ces pays, dont la Chine, l'Inde, la Jordanie, le Kenya, la Malaisie, l'Ouganda et le Viet Nam, font mieux que les autres pays de même statut économique dans le domaine de l'innovation.

FACTEURS DE SUCCÈS

Axée sur le thème des politiques d'innovation efficaces au service du développement, l'édition 2015 de l'Indice mondial de l'innovation s'intéresse à la question de savoir s'il est possible d'adapter les types de politiques mises en œuvre en matière d'innovation dans les pays à revenu élevé aux pays émergents et à faible revenu.

Les politiques d'innovation efficaces dans les pays à revenu élevé mettent l'accent sur l'amélioration des conditions en vue de faciliter l'innovation, par exemple, en créant un environnement commercial propice et en facilitant l'accès aux financements. Ces politiques sont axées sur un fort capital en ressources humaines et en pôles de recherche et elles visent également à garantir que tous les acteurs de l'écosystème d'innovation soient étroitement liés. Elles englobent également un appui direct fourni aux entreprises, à la recherche-développement et à l'innovation par le biais de subventions et de crédits d'impôts.

Néanmoins, il ne suffit pas d'assurer la migration des politiques mises en œuvre en matière d'innovation par les pays à revenu élevé vers les pays émergents. L'Indice mondial de l'innovation de 2015 souligne la nécessité d'élaborer des politiques adaptées au contexte qui tiennent compte de la différence et de la variété des trajectoires des divers pays.

Dans les pays émergents, le paysage de l'innovation est entièrement différent et se caractérise bien souvent par la pauvreté de l'infrastructure, la faiblesse des produits, des marchés de capitaux et de main-d'œuvre, par le sous-développement des systèmes éducatifs, par des lacunes en matière de réglementation et par l'intensité des inégalités. Il n'en demeure pas moins qu'un nombre croissant de pays en développement progressent fortement et deviennent mieux équipés pour affronter ces enjeux et établir des écosystèmes d'innovation nationaux plus efficaces, ce qui est le cas notamment de la Chine, l'Inde, la Jordanie, le Kenya, la Malaisie, l'Ouganda et le Viet Nam.

LES ENSEIGNEMENTS À TIRER

Si les politiques mises en œuvre par les bons élèves des pays émergents en matière d'innovation varient d'un pays à l'autre, elles présentent néanmoins des caractéristiques communes qui permettent de tirer quelques précieux enseignements.

Tout d'abord, ces pays accordent une importance stratégique à l'innovation. Les gouvernements ont un rôle majeur à jouer car ils doivent garantir que l'innovation figure parmi les priorités élevées de leurs travaux politiques. Une telle visibilité permet de créer un état d'esprit axé sur l'innovation afin d'appuyer le développement du secteur privé (notamment, en facilitant la création d'entreprises) et de resserrer les liens entre les principaux acteurs sur la scène de l'innovation, notamment, le secteur privé et les universitaires.

Ensuite, l'innovation est une tâche à long terme qui requiert une certaine persévérance. "L'innovation n'est pas une automobile à laquelle on peut appliquer une stratégie d'arrêts et d'accélération brusques", faisait remarquer Bruno Lanvin, directeur exécutif des indices mondiaux à l'INSEAD et coauteur du rapport de 2015. Sans investissements constants visant à promouvoir les institutions et les principaux acteurs sur la scène de l'innovation, et sans renforcement des liens entre tous ceux qui ont un rôle à jouer dans l'écosystème complexe de l'innovation, il ne peut y avoir de croissance et la performance est vouée à l'échec.

Enfin, la recette du succès se fonde sur une bonne coordination des politiques nationales en matière d'innovation avec des objectifs clairement définis et des infrastructures institutionnelles bien adaptées. Pour poursuivre sur leur lancée, avant même de tracer leur feuille de route, les décideurs doivent procéder à une évaluation précise des systèmes d'innovation existants afin d'en recenser les forces et les faiblesses. Par ailleurs, ils doivent également s'assurer de l'implication des principaux acteurs concernés dans ce domaine, et notamment de ceux dont les innovations ont été couronnées de succès dans leurs pays.

L'établissement d'agences et de conseils transversaux en matière d'innovation, en lien direct avec les plus hauts niveaux du gouvernement, sur le modèle des systèmes mis en place en Géorgie et au Kenya, est un excellent moyen de s'assurer de la bonne coordination

de la politique en matière d'innovation avec les autres politiques, concernant notamment l'éducation, le développement des compétences, les investissements étrangers et la politique commerciale. Une coopération plus étroite entre les politiques mises en œuvre dans les domaines de la propriété intellectuelle et de l'innovation est un excellent moyen de stimuler l'innovation, de garantir des avantages concurrentiels et de promouvoir la création de valeur économique dans un pays. L'efficacité d'une telle coordination est d'autant plus importante dans les pays aux ressources limitées.

Ensuite, c'est en orientant l'innovation et la recherche vers des solutions adaptées au contexte que l'on peut promouvoir fortement la croissance économique. Dans certains pays africains, comme le Kenya, le développement au niveau local d'innovations technologiques remarquables comme le service de transfert d'argent par mobile M-Pesa et le service d'information agricole iCow ont une incidence majeure sur la vie de millions de personnes.

Par ailleurs, pour stimuler l'esprit d'entreprise au niveau local, ce qui va souvent de pair avec l'innovation, il convient de faire preuve de vigilance et de bien canaliser les retombées des investissements étrangers dans les économies de ces pays. À cet égard, des organisations intermédiaires, comme des organisations non gouvernementales, ont un rôle majeur à jouer pour faciliter le transfert du savoir-faire et de l'expertise.

La mobilisation des efforts pour répondre à des enjeux communs à tous les pays en développement est également un élément déterminant pour assurer la croissance économique. S'agissant des biens et des services novateurs personnalisés, le commerce Sud-Sud devient non seulement un objectif mais une réalité.

Les données figurant dans l'Indice mondial de l'innovation de 2015 sont plutôt optimistes et présentent les progrès économiques majeurs accomplis dans le monde entier, jetant ainsi les bases d'une croissance future fondée sur l'innovation. Les innovations capitales réalisées dans un nombre croissant de pays émergents laissent présager des changements positifs que l'on peut attendre dans le paysage mondial de l'innovation dans les prochaines années.

L'Indice mondial 2015 de l'innovation peut être téléchargé à l'adresse suivante : www.wipo.int/econ_stat/fr/economics/gii/.

Micromax, Madrid et la 1 250 000^e marque

Catherine Jewell, Division des communications de l'OMPI

Cet été, le système de Madrid concernant l'enregistrement international des marques de l'OMPI a atteint un tournant de son histoire avec l'enregistrement de la 1 250 000^e marque internationale dans ce système par l'une des plus importantes sociétés indiennes d'électronique grand public, Micromax.

Micromax Informatics Limited fait partie du nombre croissant d'entreprises indiennes qui utilisent les avantages du système de Madrid pour concrétiser leurs ambitions d'expansion commerciale sur les marchés mondiaux. Les dirigeants de cette entreprise nous expliquent les origines de leur marque et la raison pour laquelle le système de Madrid joue un rôle important dans leur stratégie commerciale.

LA MARQUE MICROMAX

La marque Micromax est née d'une volonté de démocratiser la technologie en Inde. "Dès le départ, nous voulions permettre au public d'avoir accès à des dispositifs pouvant être connectés, comme les smartphones, les tablettes, et plus récemment les télévisions à LED, à des prix abordables pour la grande consommation", précise Vineet Taneja, directeur général de cette entreprise.

"Lors de la création de l'entreprise, nous avons cherché un nom qui pourrait établir un lien avec les utilisateurs", déclare Sumeet Kumar, cofondateur de l'entreprise. "Notre objectif a toujours été de donner plus aux utilisateurs, en leur permettant de tirer le maximum des plus petites choses. C'est exactement ce que veut dire Micromax, tirer le maximum des microdispositifs."

COMPRENDRE LE MARCHÉ

Chez Micromax toutefois, le terme de "micro" ne se limite pas à l'utilisation de microélectronique haute performance. Cela implique également une compréhension "microscopique" de ce que souhaitent les consommateurs. "Il est essentiel pour nous de comprendre les consommateurs. Nous essayons de résoudre certains

des problèmes auxquels ils sont confrontés et d'en tirer le maximum d'avantages en termes de convivialité et de fiabilité des technologies que nous proposons", ajoute M. Kumar.

La batterie de téléphone Marathon de cette entreprise en est un exemple. Pour résoudre le problème que posent les fréquentes coupures d'électricité auxquelles sont confrontés les utilisateurs de téléphone en Inde, où nombreux sont ceux qui doivent parcourir de grandes distances pour recharger leurs téléphones, Micromax a lancé la batterie de téléphone Marathon dotée d'une autonomie d'un mois sur une seule charge.

De la même manière, pour répondre à la demande élevée d'accès Internet parmi les jeunes utilisateurs, Micromax a lancé sa gamme Canvas de téléphones mobiles à large écran. "En Inde, les téléphones mobiles, notamment les smartphones, sont en général le premier et le seul appareil que les Indiens possèdent pour se connecter à l'Internet", explique M. Taneja. "Nous avons ainsi réussi à prendre une grande part de marché en permettant aux jeunes utilisateurs qui ne possèdent pas d'ordinateur portable de se connecter à l'Internet grâce à leur téléphone."

La série Unite de Micromax constitue un autre exemple de la manière dont l'entreprise propose des produits innovants à ses clients. Le téléphone Unite offre 21 langues différentes parlées en Inde et c'est "le premier dispositif du pays qui permet aux utilisateurs de se connecter à l'Internet à l'aide de fonctionnalités utilisant la langue qu'ils parlent localement", précise M. Taneja.

INNOVER POUR RENFORCER LA VALEUR DE LA MARQUE

Grâce à son offre de technologies adaptées au marché et au renforcement des liens avec ses clients, cette entreprise a vu sa crédibilité monter en flèche en tant que producteur d'appareils électroniques grand public. "Nous avons réussi à créer des liens fantastiques avec l'utilisateur final", fait remarquer M. Kumar.

Le système de Madrid simplifie les procédures

Depuis 1989, le système de Madrid est régi par deux traités internationaux : l'Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques (1891) et le Protocole relatif à l'Arrangement de Madrid (1989) qui a modernisé le système.

Avec l'adhésion au Protocole de Madrid de l'Algérie, dernier membre de l'Arrangement de Madrid à adhérer à ce protocole en juillet, dès le 31 octobre 2015, date à laquelle le protocole entrera en vigueur en Algérie, le système de Madrid deviendra un système à un seul traité. À compter de cette date, toutes les transactions entre les parties contractantes et les utilisateurs seront régies par le Protocole de Madrid, et les procédures d'enregistrement et de gestion des droits de marques au niveau mondial seront plus simples pour les titulaires de marques.

“La confiance est un facteur majeur dans la décision d'achat d'un produit électronique dans un pays en développement tel que l'Inde, où le revenu par habitant est faible”, précise M. Taneja. “Les consommateurs achètent nos produits parce qu'ils font confiance à la marque Micromax, dont ils n'attendent que de bons résultats. Ils veulent des produits à des prix abordables et qui répondent à leurs besoins. Les utilisateurs ont bien compris que Micromax cherche à tirer le maximum des microsystèmes que nous offrons.”

“Nous sommes une entreprise qui vit de l'innovation”, nous explique le directeur du marketing de Micromax, Shubhajit Sen. “Nous devons réagir vite et comprendre rapidement le marché pour concevoir et fournir des solutions qui surprennent et satisfassent les clients, et par là même assurer notre succès.”

L'IMPORTANCE DES MARQUES

Dans le secteur hautement compétitif de l'électronique grand public, la marque Micromax se distingue des autres. “La concurrence est très importante dans ce domaine. De nouveaux produits et de nouvelles marques apparaissent tous les jours, aussi notre marque, et notre image de marque est un facteur déterminant, car c'est ce qui nous différencie des autres et nous permet de communiquer avec nos clients”, explique M. Sen.

“Ce sont par les marques que les consommateurs nous reconnaissent. Ils ont confiance en nos produits car ils ont confiance en la marque Micromax. Après nos employés, nos plus précieux atouts sont nos marques”, constate M. Taneja. “La valeur de notre entreprise c'est avant tout nos marques, sans lesquelles il existerait très peu d'opportunités pour des entreprises comme les nôtres.”

“À l'époque d'Internet et des réseaux sociaux, il est capital d'avoir une marque: en effet, les consommateurs découvrent les marques par le biais des réseaux sociaux avant même d'avoir accès aux produits physiques”, explique M. Sen. “Les marques protègent notre identité et transmettent aux consommateurs une promesse de qualité et de fiabilité. Elles possèdent en outre une valeur émotionnelle.”

L'image de marque d'une entreprise a également un pouvoir fédérateur pour ses équipes. “Micromax motive également chacun des employés de l'entreprise par le message qu'il véhicule, notamment, ‘Il n'existe rien de tel que Micromax’. Chaque employé doit en effet se montrer à la hauteur de cette image”, fait remarquer Rahul Sharma. “Votre image de marque c'est l'élixir de vie de votre entreprise. Votre survie commerciale en dépend.”

DE L'INDE AU MONDE ENTIER, EN PASSANT PAR MADRID

Souhaitant conquérir des marchés mondiaux, Micromax se sert du système de Madrid concernant l'enregistrement international des marques de l'OMPI pour enregistrer ses marques à l'étranger. “Le système de Madrid est simple, rapide et économique”, poursuit M. Sen. “Il nous permet d'avoir une dimension mondiale et constitue un moyen pratique et simple d'enregistrer nos marques dans de nombreux pays. Ce système est géré de manière centrale et nous ne devons déposer qu'une seule demande dans une seule langue. Il n'est pas nécessaire de déposer des demandes distinctes pour enregistrer ou déposer nos marques dans les pays que nous ciblons, ce qui constitue un gain de temps et d'argent majeur. En outre, cela nous permet d'axer nos activités sur l'innovation et notre cœur de métier.”

“Le système de Madrid permet d'éviter tous les tracas de la bureaucratie, grâce à sa flexibilité et son mode d'utilisation pratique. Le calculateur de taxe du système de Madrid, le gestionnaire de produits et services de Madrid et le simulateur de demandes d'enregistrement international sont d'une grande utilité pour notre entreprise, car ils nous permettent de calculer les taxes que nous devrions payer et en conséquence de mieux planifier notre stratégie dans ce domaine.”

Après l'enregistrement initial de la marque, le système de Madrid permet aux titulaires de marques, par le biais d'une seule demande, de désigner d'autres pays membres du système de Madrid et d'étendre ainsi la protection de leurs marques aux nouveaux marchés d'exportation. "La désignation postérieure est très utile, car elle offre la souplesse requise pour étendre la protection de marques à de nouveaux pays, en fonction du développement de l'entreprise", poursuit M. Sen.

"Cela fait pratiquement plus d'un an que nous utilisons le système de Madrid. Notre premier point de contact a été l'Office indien de la propriété intellectuelle, ce qui nous a beaucoup aidés dans toute la procédure à suivre et nous a permis de bien respecter toutes les conditions requises", fait observer M. Taneja.

LA VISIBILITÉ MONDIALE DE LA MARQUE

"Dans le monde interconnecté d'aujourd'hui, une entreprise ne peut pas se contenter de n'être que la marque d'un seul pays. Nous voulons faire connaître nos produits novateurs en dehors de nos frontières, et le système de Madrid nous est très utile dans ce but", explique M. Sen.

À ce jour, Micromax possède 30 enregistrements de marques qui couvrent 70% de son portefeuille mondial de marques, mais selon les prévisions de l'entreprise, avec le développement de ses activités, ces chiffres devraient s'envoler.

UNE SOLUTION COMMERCIALE INTELLIGENTE

"L'enregistrement international des marques constitue une première étape essentielle sur le chemin de l'expansion d'une entreprise à l'étranger et le système de Madrid ouvre les portes de l'exportation aux entreprises indiennes désireuses de s'implanter dans d'autres pays, en simplifiant le processus d'enregistrement des marques au niveau international. Le système de Madrid est un outil essentiel pour les entreprises, car il est non seulement pratique et économique, mais il constitue également une solution rapide pour toutes les entreprises qui envisagent de s'implanter hors de notre pays", poursuit M. Sen.

Depuis que l'Inde a adhéré au système de Madrid, il y a deux ans, un nombre croissant d'entreprises de ce pays ont profité de ce système pour protéger leurs marques à l'étranger. De la même manière, le nombre d'entreprises étrangères qui cherchent à s'implanter sur le marché indien et désignent l'Inde dans leurs demandes internationales est en hausse.

L'économie indienne est en plein essor, avec un taux de croissance prévu de 7,5% en 2015. Avec la prise de conscience des opportunités qu'offrent les marchés étrangers pour les entreprises indiennes et des avantages du système de Madrid pour ces dernières, on peut aisément imaginer que, d'ici peu, l'Inde deviendra un des principaux utilisateurs de ce système en pleine expansion.

"Le système de Madrid est un facilitateur pour les entreprises, à qui il donne une dimension internationale. Il recouvre environ 80% du commerce mondial."

Vineet Taneja, président directeur général de Micromax

"Le système de Madrid est la meilleure plate-forme pour permettre aux entreprises d'assurer la visibilité de leurs marques dans le monde entier."

Rahul Sharma, cofondateur, Micromax

Nirmala Sitharaman, ministre d'État avec une charge indépendante, et le portefeuille du commerce et de l'industrie, remet le certificat d'enregistrement de marque pour le 1,25 millionième enregistrement de marque dans le cadre du système de Madrid à Vineet Taneja, président directeur général de Micromax Informatics, Ltd en juillet 2015.



Premières impressions du monde “point.quelquechose”

Jason Miller, boursier, Centre
d'arbitrage et de médiation de l'OMPI

Il y a quelques années seulement, le système de noms de domaine ne comprenait que quelques domaines génériques de premier niveau (gTLD). Aujourd'hui, il existe plus de 1000 domaines de premier niveau (TLD), sans compter ceux qui vont bientôt entrer en ligne. Les gTLD bien connus comme les “.com” et “.net” se partagent aujourd'hui l'Internet avec les nouveaux arrivants tels que “.online” et “.ngo”. Le système de noms de domaine devient un monde “point.quelque-chose”.

Selon l'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN), qui coordonne l'architecture du système de noms de domaine (DNS), son programme relatif aux nouveaux gTLD va transformer le mode d'utilisation de l'Internet en faisant place à la concurrence, au choix et à l'innovation (voir <http://newgtlds.icann.org/en/about/program-materials/fast-facts-27feb15-en.pdf>). À l'aube de cette expansion, l'auteur de l'article sur l'évolution du paysage des noms de domaine dans le Magazine de l'OMPI de 2012 écrivait: “Seul l'avenir pourra nous dire comment l'introduction de plus de 1000 nouveaux gTLD par l'ICANN influera sur les propriétaires de marques et les internautes.”

Qu'ont révélé les trois dernières années à propos des projets d'expansion du DNS de l'ICANN? Les prévisions de l'ICANN se sont-elles concrétisées ou au contraire son programme relatif aux nouveaux gTLD est-il tombé à l'eau? La réponse n'est peut-être pas la même selon qu'il s'agit de prospecteurs de noms de domaine, du grand public ou de titulaires de marques.

L'EXPANSION DE 2012

L'ICANN a accepté ses premières demandes de nouveaux gTLD en janvier 2012. À cette époque, tout type d'entités depuis les marques (“.hsbc”) jusqu'aux associations à but non lucratif (“.hiv”) en passant par les autorités locales (“.nyc”) ont déposé leurs demandes.

L'ICANN a reçu 1930 demandes provenant de 60 pays et territoires. Environ 47% de ces demandes provenaient de l'Amérique du Nord, 35% de l'Europe et 16% de la région Asie et Pacifique. Les 2% restant correspondaient à l'Amérique du Sud et l'Afrique. L'ICANN a reçu 116 demandes “internationalisées” pour des gTLD, entre autres en caractères arabes, chinois, cyrilliques, devanagari et grecs, ce qui témoigne de la portée mondiale de l'Internet. À titre d'exemple, ces demandes comprennent (.公司) “société” en chinois, et .онлайн (“.online” en russe).

Parmi ces nouveaux gTLD, les premiers (.شبكة ou .shabaka – traduction arabe de “.web/.network”) ont été mis en service en octobre 2013, et depuis 2012 plus de 700 TLD sont en service sur l'Internet.

Les services de règlement des litiges relatifs aux noms de domaine au Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI

- L'OMPI fournit des services de règlement extrajudiciaire des litiges de manière objective et non lucrative, notamment pour les litiges traités dans le cadre des Principes directeurs concernant le règlement uniforme des litiges relatifs aux noms de domaine (principes UDRP).
- L'OMPI est le principal prestataire de services UDRP au niveau mondial et a géré plus de 30 000 procédures depuis 1999. En 2014, le Centre a traité 2634 affaires.
- En 2014, les cinq premiers pays en volume de procédures UDRP étaient les États-Unis d'Amérique, la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne et la Suisse. Les cinq premiers secteurs commerciaux étaient la vente de détail, la banque et la finance, la mode, l'Internet et le traitement de l'information et l'industrie lourde et la construction de machines.
- Cette institution est la seule à offrir gratuitement des ressources jurisprudentielles en ligne; elle propose également le remboursement des taxes de dépôt en cas de règlement entre les parties (dans pratiquement 25% des procédures).

SENSIBILISER LE PUBLIC AUX NOUVEAUX gTLD

L'ICANN avait lancé ce programme en 2012 dans le but d'offrir une palette de choix plus large aux consommateurs, en partie en facilitant la concurrence parmi les opérateurs de gTLD (appelés "opérateurs de registres"). Les options offertes aux futurs propriétaires de noms de domaine ne se limitent plus à quelques noms situés à droite du point. Un avocat peut par exemple placer l'enseigne numérique de son cabinet dans les registres ".avocat" ou même ".lawyer" ou ".abogado" ou ".juriste".

Sur le marché encombré des noms de domaine, les opérateurs de registres doivent promouvoir leurs espaces de noms de domaine pour survivre. Certains clament haut et fort le potentiel de leurs offres. C'est le cas de l'opérateur du registre ".sucks", qui a placé à l'extérieur du stade de baseball Fenway Park à Boston un panneau publicitaire affichant "NEWYORK.SUCKS" (New York, ça craint!), se servant ainsi de la rivalité historique entre les équipes sportives des deux villes, comme accroche publicitaire pour montrer comment les gTLD peuvent également servir de cadre de débats. En réalité, toutefois, les visiteurs du site "newyork.sucks" sont invités à enregistrer leur propre nom de domaine ".sucks". En effet, si le registre ".sucks" s'est fait connaître comme forum de critiques des autres, il a lui-même fait l'objet de critiques pour avoir profité des inquiétudes des titulaires de marques pour leur extorquer des taxes d'enregistrement atteignant parfois 2500 dollars É.-U. alors que les membres du grand public paient moins de 250 dollars É. U. C'est ce que le sénateur américain Jay Rockefeller a qualifié "d'extorsion éhontée".

D'autres font la promotion de la valeur d'authentification de leurs chaînes de caractères. Le TLD ".vote" par exemple est commercialisé dans le cadre de campagnes politiques comme faisant office de "label" pour les utilisateurs de l'Internet, puisque seuls ceux qui sont officiellement associés à une campagne politique peuvent enregistrer des noms de domaine ".vote". Mais aux États-Unis d'Amérique, la concurrence va se déchaîner entre des noms tels que ".voto", ".democrate", ".republicain" et même ".gop" du nom du parti républicain.

D'autres opérateurs de registres commercialisent aussi leurs nouvelles identités en ligne par le biais de programmes axés sur les "fondateurs". Le programme ".nyc", par exemple, visait des demandeurs dont le travail incarnait l'esprit et les opportunités de la ville de New York. Les 50 demandeurs retenus comprenaient notamment des associations à but non lucratif établies dans la ville de New York (Bike New York; "bike.nyc") ou des quartiers de la ville de New York (District de Flatiron; "flatirondistrict.nyc") ainsi que des représentants de la culture locale (Gothamist; "gothamist.nyc").

Quelle que soit la stratégie choisie, les nouveaux opérateurs de registres gTLD ont bien l'intention de sensibiliser les utilisateurs finals afin d'éviter de devenir des villes fantômes numériques.



Depuis le lancement de ce programme il y a trois ans, aucun nouveau gTLD n'a pu détrôner les ".com" ou ".net" toujours aussi populaires parmi les enregistrements de noms de domaine.



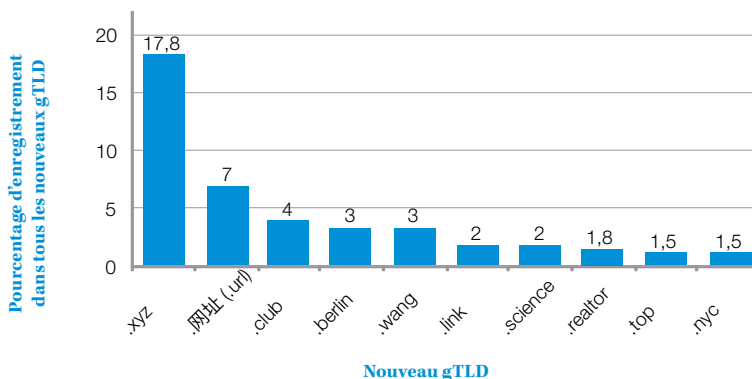
ADOPTION DE NOUVEAUX gTLD PARMIS LES NOMS DE DOMAINE ENREGISTRÉS

Depuis le lancement de ce programme il y a trois ans, aucun nouveau gTLD n'a pu détrôner les ".com" ou ".net" toujours aussi populaires parmi les noms de domaine enregistrés. Le premier trimestre 2015 a affiché 294 millions d'enregistrements de noms de domaine dans tous les domaines de premier niveau (à savoir, gTLD et ccTLD), dans lesquels 117,8 millions d'enregistrements ont été en ".com" et 15,1 millions d'enregistrements ont été en ".net", représentant à eux deux environ 45% du nombre total d'enregistrements.

Au contraire, les nouveaux gTLD ont représenté 4,8 millions d'enregistrements à la fin du premier trimestre 2015, soit 1,6% du nombre total d'enregistrements de noms de domaine. Toutefois, même ces chiffres modestes peuvent indiquer de façon trompeuse un niveau d'adoption par les utilisateurs assez élevé, car certaines unités d'enregistrement semblent avoir fait cadeau aux demandeurs de noms de domaine dans les nouveaux gTLD (<http://domainincite.com/16771-xyz-launch-inflated-by-massive-netsol-giveaway>).

Dix principaux nouveaux gTLD figurant parmi les enregistrements, à la fin du premier trimestre 2015

(source : Rapport VeriSign sur les noms de domaine, juin 2015).



Par ailleurs, la majorité de ces enregistrements ne semblent pas être en service. Selon www.ntldstats.com, depuis le 7 août 2015, 78% des nouveaux noms de domaine gTLD sont "parqués", ce qui signifie qu'il s'agit de sites Web avec rémunération au clic sans contenu développé.

NOUVEAUX gTLD ET UTILISATEURS DE L'INTERNET

Ce n'est pas un hasard si les anciens gTLD qui restent populaires parmi les enregistrements de noms de domaine sont encore très prisés par les utilisateurs de l'Internet. Selon Quantcast, qui classe les sites Web en fonction de leur nombre de visiteurs par mois aux États-Unis d'Amérique, 95 des 100 sites Web les plus populaires, tous d'anciens gTLD, étaient en ".com" et ont reçu entre 13 et 207 millions de visites par mois aux États-Unis d'Amérique. En revanche, à partir d'août 2015, le site Web qui a reçu le plus grand nombre de visites aux États-Unis d'Amérique est le site sur l'art d'être parent, et plus précisément d'être

maman, *www.beingamom.life*, qui a enregistré 960 733 visiteurs par mois aux États-Unis d'Amérique.

NOUVEAUX gTLD ET INVESTISSEURS DANS LES NOMS DE DOMAINE

Le fait que les nouveaux gTLD représentent moins de 2% du nombre total d'enregistrements et se situent bien en dessous du trafic des ".com" ne signifie pas pour autant qu'ils ne peuvent pas constituer de précieux atouts. Récemment "autism.rocks" a été vendu 100 000 dollars É.-U. Les chroniqueurs économiques ont eu tôt fait de faire remarquer que ce prix est 10 fois supérieur à celui payé par le même acheteur pour la variante en ".com" du nom de domaine ("autismrocks.com"). Si l'on observe à ce jour que les prix des ventes à succès en ".com" écrasent ceux des nouveaux gTLD ("IG.com" vendu en 2013 pour 4,7 millions de dollars É.-U. par exemple), les noms de domaine dans les nouveaux gTLD se vendent encore comme des produits précieux.

Les 10 ventes les plus marquantes de nouveaux gTLD sur les marchés secondaires

| Nom de domaine | Prix (en dollars É.-U.) |
|---------------------|-------------------------|
| wine.club | 140 000 |
| autism.rocks | 100 000 |
| net.work | 100 000 |
| luxury.estate | 50 000 |
| pro.flowers | 50,000 |
| world.estate | 35 000 |
| commercial.property | 25 000 |
| baltic.cruises | 25 000 |
| english.club | 17 500 |
| star.casino | 11 200 |

(source: article d'août 2015 de *www.dnjournal.com*).

NOUVEAUX gTLD ET TITULAIRES D'ENREGISTREMENTS DE MARQUES

Si des centaines de titulaires d'enregistrements de marques ont maintenant déposé une demande pour leur propre TLD ".nomdemarque", davantage de titulaires ont néanmoins préféré rester dans la série de 2012 en raison de l'incertitude régnant quant au choix des consommateurs. Pour ces mêmes raisons, la majorité des titulaires qui ont déposé des demandes (soit 34% du nombre total de demandes) attendent encore de voir la tournure des événements. Quelques pionniers en la matière, comme la Barclays

Bank, ont commencé à migrer sur la toile, et le nom de domaine "barclays.com" vous renvoie aujourd'hui vers "accueil.barclays", nouvel espace en ligne sécurisé à l'accès fortement restreint. S'agissant des banques qui n'ont pas pu profiter de l'opportunité de cette nouvelle application gTLD, un nouveau nom de domaine ".bank" a été créé, emplacement en ligne sécurisé et authentifié, limité aux banques que le registre aura approuvées.

PROTECTION DES NOMS DE MARQUE DANS UN MONDE gTLD EN PLEINE EXPANSION

Les titulaires de marques s'inquiétaient, ce que l'on peut comprendre, que le programme de l'ICANN relatif aux nouveaux gTLD ne déclenche une hausse massive du nombre d'atteintes aux marques et d'infractions contre les consommateurs. Pour résoudre ces problèmes, et pour recueillir l'accord de la communauté afin de lancer son programme, l'ICANN a mis en place un certain nombre de nouveaux outils de protection des marques, dont l'utilité reste toutefois à vérifier.

RÉSOLUTION DES LITIGES

À ce jour, le Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI a géré pratiquement 400 affaires concernant de nouveaux gTLD en vertu des Principes directeurs concernant le règlement uniforme des litiges relatifs aux noms de domaine (principes UDRP), établis à l'instigation de l'OMPI. Cela représente une proportion faible mais croissante du nombre d'affaires que doit traiter l'OMPI chaque année au titre des principes UDRP. Les budgets des propriétaires de marques alloués à l'application des principes UDRP sont toutefois essentiellement consacrés aux gTLD traditionnels (essentiellement en ".com").

S'agissant des efforts déployés pour l'application des droits à l'égard des nouveaux gTLD, d'après l'expérience acquise tant en matière de mécanisme de suspension uniforme (voir encadré) que de principes UDRP, les propriétaires de marques semblent surtout surveiller les nouveaux gTLD dont le nombre d'enregistrement est significatif, ou les noms de domaine qui font référence à leur secteur d'activité (par exemple, "canyon.bike", "coit.cleaning" ou "cliffordchance.attorney"). Même lorsque les titulaires de marques ne suivent pas tout à fait cette approche, ils axent essentiellement leurs efforts d'application des droits sur les noms de domaine qui correspondent exactement à leur nom de marques, et refusent pour l'instant de s'attaquer aux noms de domaine dont la typographie porte atteinte à leurs droits.

Les outils de protection des nouvelles marques gTLD

| Base de données des marques (TMCH) | Protection préventive | | | Protection curative | |
|--|--|---|---|---|--|
| | Période préliminaire dite "sunrise" | Contentieux | Avis envoyés aux titulaires de marques | Système de suspension uniforme rapide | Principes UDRP |
| <p>Base de données centralisée des informations relatives aux marques.</p> <p>Passerelle vers les outils correspondant à la phase préliminaire et au contentieux.</p> <p>Pratiquement 38 000 marques présentées.</p> | <p>Donne un accès prioritaire aux propriétaires de marques pour enregistrer des noms de domaine pendant la période préliminaire des nouveaux gTLD, avant le grand public, moyennant une taxe spéciale.</p> | <p>Avis envoyé aux personnes qui souhaitent enregistrer un nom de domaine, pour les informer que le nom demandé correspond à une marque enregistrée figurant dans la base de données TMCH.</p> <p>Avis envoyé au cours des 90 jours précédant le lancement d'un nouveau gTLD.</p> | <p>Si, après réception d'un avis de contentieux, la personne enregistre le nom de domaine, le propriétaire de la marque correspondante en est aussitôt informé.</p> <p>180 000 avis envoyés à ce jour</p> | <p>Version des principes UDRP créée par l'ICANN pour traiter plus d'exemples "flagrants" d'abus.</p> <p>Solution: suspension du nom de domaine.</p> <p>Environ 350 affaires au total.</p> | <p>Mécanisme établi à l'initiative de l'OMPI pour traiter la question des enregistrements de noms de domaine portant atteinte à des marques.</p> <p>Solution: transfert (ou radiation) du nom de domaine.</p> <p>Près de 400 affaires concernant des enregistrements effectués auprès de l'OMPI.</p> |

Concernant les propriétaires de marques désireux de renoncer à la protection curative par le mécanisme de suspension rapide ou par les principes UDRP, ceux dont la marque figure dans la base de données TMCH (voir encadré) peuvent, à titre préventif, acquérir des noms de domaine qui correspondent à leurs marques pendant la phase préliminaire de l'enregistrement. Il va sans dire que cela a un prix, bien souvent 10 fois supérieur à la taxe d'enregistrement ordinaire. Il semble qu'en raison du nombre important de nouveaux gTLD, et sans oublier la pression croissante exercée sur les budgets alloués à l'application des droits, les propriétaires de marques font montre d'une extrême prudence même en matière d'utilisation de cet outil d'application des droits à titre préventif.

IL EST ENCORE TROP TÔT POUR SE PRONONCER

Seul l'avenir nous dira si le programme relatif aux nouveaux gTLD de l'ICANN aura bien les effets de transformation prévus. Le nombre d'enregistrements et le trafic Web sont faibles, même en ce qui concerne les nouveaux gTLD les plus populaires, et le principe d'adopter un nom de domaine ".nomdemark" n'en est qu'à ses débuts. Nous n'en sommes toutefois qu'aux prémises de cette évolution, et il reste encore à lancer un grand nombre des nouveaux gTLD les plus populaires (qui ont été vendus aux enchères en vertu des règles de l'ICANN).

En outre, les opérateurs de registres misent sur le fait que les utilisateurs vont rechercher de nouveaux gTLD en tant qu'alternatives aux noms de domaine détenus par ceux qui spéculent sur les noms de domaine ".com", et ils comptent sur leur préférence pour des noms de domaine plus courts, plus élégants disponibles parmi les nouveaux gTLD. Au-delà de ces évolutions progressives, toutefois, il est encore trop tôt pour déterminer les conséquences intéressantes que pourra avoir l'expansion du système de noms de domaine. Les pionniers tels qu'Amazon et Google (tous deux ayant déposé des demandes pour un grand nombre de noms de domaine en ".nomdemark" et ".motclé") peuvent commencer à envisager de sortir du cadre du modèle économique d'aujourd'hui qui ne consiste qu'à revendre des noms de domaine. En effet, les noms de domaine peuvent également trouver une application au-delà des identifiants alphanumériques, par exemple, une utilisation en lien avec l'Internet des objets ou avec d'autres efforts encore inédits en matière d'innovation.

Les innovateurs en Afrique : dans les starting-blocks des affaires

Catherine Jewell,

Division des communications de l'OMPI

“L'Afrique bouge”. C'est ce qu'a déclaré le président des États-Unis d'Amérique, Barack Obama lors du Sommet mondial de l'entrepreneuriat au Kenya cet été. Une nouvelle génération d'entrepreneurs férus de technologie avec une attitude gagnante insuffle un vent de dynamisme sur les start-ups africaines, qui connaissent actuellement une croissance fulgurante. Le continent africain bourdonne d'activités portées par l'innovation et l'entrepreneuriat. Des centres de technologie, des pépinières d'entreprises et d'autres initiatives émergent dans tout le continent, faisant régner un esprit d'optimisme et ouvrant des opportunités sans précédent à la croissance. Ces initiatives ont donné naissance à DEMO Africa, partenariat établi entre les secteurs public et privé, dont le directeur de production, Harry Hare, partage ici quelques-unes de ses réflexions sur la révolution technologique en Afrique.

Qu'est-ce que DEMO Africa?

DEMO Africa est le tremplin de lancement des nouvelles start-ups de la technologie. Il s'agit d'une plate-forme sur laquelle la majorité des entreprises innovantes peuvent lancer leurs produits et faire connaître à l'Afrique et au reste du monde ce qu'elles ont créé. Chaque année, des start-ups de toute l'Afrique se portent candidates pour avoir la possibilité de promouvoir leurs innovations lors de la conférence annuelle de DEMO Africa. Nous avons recensé 40 des start-ups les plus innovantes pour les inviter à participer à cette manifestation. Il s'agit d'entreprises dont l'objectif est de résoudre des problèmes mondiaux réels et qui ont toutes les chances d'y parvenir.

La conférence DEMO Africa rassemble les écosystèmes technologiques de l'Afrique en un seul lieu. Pour les principales start-ups africaines, c'est là l'opportunité de présenter leurs innovations aux sociétés de capital-risque, aux investisseurs, aux acheteurs de technologies et aux médias de ce continent et au-delà, et de s'assurer de trouver des investisseurs et de faire la promotion de leurs inventions.

Qu'est-ce qui rend le secteur de la technologie africaine si intéressant?

Le secteur de la technologie en Afrique est un secteur émergent, dont les nouveaux entrepreneurs sont non seulement passionnés par ce qu'ils font mais hautement compétents, ambitieux et des plus dynamiques. Il s'agit d'un mélange puissant qui génère de fortes doses d'enthousiasme et de foi dans le potentiel que présente l'Afrique pour rejoindre les acteurs de la scène mondiale.

Ce continent compte un grand nombre de jeunes talents et les gouvernements commencent à s'impliquer pleinement en vue d'utiliser cette source massive de cerveaux pour mettre en œuvre des changements positifs, notamment par le biais de la technologie. L'Afrique doit faire face à de nombreux problèmes, tant sur le plan de l'éducation que de la santé et des infrastructures, et les technologies émergentes sur ce continent permettent précisément de résoudre ce type de problème. C'est là ce dont les gens prennent conscience et ce qui les intéresse.

Quels sont les changements qui se produisent dans l'environnement technologique de l'Afrique aujourd'hui?

Depuis le lancement de DEMO Africa en 2012, l'activité des start-ups a vraiment décollé. Non seulement leur nombre est élevé mais ces entreprises se distinguent également par leur qualité. L'Afrique vit un temps fort qu'il est passionnant de partager en étant sur ce continent en ce moment et en travaillant précisément dans ce domaine.

S'agissant de l'environnement technologique de l'Afrique, le plus extraordinaire c'est que pour la première fois depuis longtemps nous assistons à la construction de nouvelles technologies en Afrique, par des Africains, et pour des Africains, mais de technologies qui peuvent également être utilisées partout dans le monde, et notamment dans d'autres pays en développement. Si auparavant



Photo: DEMO Africa

L'édition 2014 de DEMO Africa a été marquée par l'attribution du prix de l'innovation SWELL. Saisi Wireless, start up du Zimbabwe, qui fournit des accès wi fi publics gratuits en utilisant la bande passante inoccupée des routeurs et des points d'accès de wi fi, s'est vue décerner ce prix et a gagné un voyage tous frais payés à la Silicon Valley afin de pouvoir participer au programme "SWELL Innovation tour" qui se déroulera dans cette région des États Unis d'Amérique. SWELL, partenaire de DEMO Africa, est non seulement un partenariat établi au niveau mondial pour l'innovation mais également un accélérateur d'innovation pour les entreprises

L'Afrique se contentait de figurer parmi les consommateurs de technologies, aujourd'hui au contraire elle crée elle-même de nouvelles technologies et utilise des technologies conçues et fabriquées en Afrique. Elle exporte même ses produits technologiques dans le monde entier. C'est une époque exaltante pour l'Afrique, notamment pour les personnes impliquées dans le domaine de la technologie.

L'Afrique doit relever deux défis qui aujourd'hui constituent également des opportunités. Le premier renvoie aux nombreux problèmes auxquels notre continent est confronté. Le deuxième est notre manque de "connectique informatique". C'est cette pénurie même qui a d'ailleurs ouvert la porte à l'arrivée massive de téléphones mobiles à laquelle nous assistons sur tout le continent et qui génère de vastes possibilités de mise en œuvre de solutions utilisant la téléphonie mobile. Les start-ups sont bien conscientes de l'opportunité que représente cette envolée de la technologie mobile en Afrique qui crée d'importants marchés pour leurs produits. C'est pour cette raison que pratiquement plus de 50% des applications lancées par le biais de DEMO Africa utilisent la technologie mobile.

Quels sont les principaux enjeux pour les start-ups africaines?

Le premier enjeu est l'**accès aux capitaux**. Nombreuses sont les start-ups pour lesquelles il est difficile de trouver

le capital de départ dont elles ont besoin pour valider leur concept. Ensuite, une fois cet obstacle franchi, elles ont besoin de capitaux pour développer leurs activités.

Le deuxième enjeu est la **capacité**, non pas la capacité technique à élaborer de nouvelles solutions, mais les compétences générales pour placer un produit sur le marché, gérer les ventes, la commercialisation, les ressources humaines, etc. Ce sont des compétences essentielles pour créer une entreprise et assurer sa pérennité. Bon nombre de ces start-ups ont été créées par des spécialistes techniques qui n'ont tout simplement jamais eu l'opportunité de se former et d'acquérir les compétences requises pour gérer une entreprise correctement.

Le troisième enjeu est la **crédibilité**. Les investisseurs ont besoin de voir en ces start-ups des partenaires crédibles offrant des technologies solides et des solutions commerciales viables. Pouvoir générer une telle crédibilité sur le marché est un véritable défi à relever. Nous pouvons observer un certain nombre de changements dans ce sens, mais ils ne se mettent en place que lentement.

Le quatrième enjeu est la **connectivité**. Aujourd'hui, la survie d'une entreprise dépend de sa possibilité d'avoir accès aux réseaux de clients ou d'entreprises, et un grand nombre de start-ups ont encore du mal à

avoir accès à ces réseaux, ce qui les place dans une situation difficile. Nombreux sont ceux qui ont la phobie des solutions technologiques mises en place par des start-ups car dans leur esprit, start-up est encore synonyme d'incertitude. Néanmoins, de grands groupes se tournent aujourd'hui vers des solutions technologiques élaborées par des start-ups. En effet, on peut observer des changements dans ce domaine également car ces mêmes groupes souhaitent établir des partenariats avec ces start-ups pour mettre en place des stratégies communes de commercialisation de leurs produits.

Le cinquième enjeu concerne l'**utilisation efficace de la propriété intellectuelle**, qui constitue un facteur clé de la réussite de ces entreprises. Il est essentiel qu'elles protègent leurs actifs en matière d'innovation, mais il reste encore beaucoup à faire dans ce domaine, notamment pour changer la vision que les start-ups ont de la propriété intellectuelle et pouvoir leur faire comprendre que la propriété intellectuelle est l'élément déterminant qui leur permettra de progresser et d'atteindre leurs objectifs.

Les start-ups savent bien qu'elles doivent protéger leurs idées et leurs activités, et bien souvent elles sont réticentes à partager les informations relatives à leurs produits avant d'avoir signé un accord de non-divulgaration. Néanmoins, elles utilisent bien souvent cet accord de manière contre-productive. Trop préoccupées par leurs propres intérêts, elles ont tendance à présenter à la signature d'investisseurs potentiels un accord hostile, ne servant les intérêts que d'une seule partie, ce qui est loin de contribuer à établir un climat de confiance ou les liens requis pour étayer des résultats fructueux.

Les start-ups ne peuvent progresser qu'en s'appuyant sur un écosystème. Les gouvernements ont un rôle majeur à jouer dans ce domaine et à cette fin ils doivent mettre en place un cadre réglementaire solide et des politiques favorables aux entreprises. Par nature, tout investissement est une entreprise risquée, et les gouvernements peuvent précisément contribuer à atténuer ces risques.

Quelle est la condition essentielle pour assurer la durabilité du secteur de la technologie en Afrique?

Les marchés sont en eux-mêmes la clé de la viabilité. C'est en produisant des solutions réelles pour traiter des problèmes réels que l'on crée des marchés. En effet, dès lors que les personnes qui étaient confrontées à un problème technique peuvent acheter un produit ou un service qui résout ce problème se crée un marché pour ce produit.

L'Afrique doit relever un grand nombre de défis, mais en fait chacun d'eux constitue également une opportunité

de créer des solutions pratiques et de les appliquer. Nous n'avons pas besoin de copier ce que les autres ont fait, nous devons simplement examiner tous les problèmes que nous devons résoudre, recenser nos besoins et élaborer des applications pour y répondre. En d'autres termes, nous devons tracer notre propre chemin, et c'est précisément ce qui se passe en ce moment en Afrique, et ce qui est passionnant.

Quelles sont les améliorations que l'on peut observer en matière d'investissements?

On peut en effet observer une réelle prise de conscience des investisseurs qui comprennent que l'essor des technologies en Afrique peut être une manne pour les investisseurs. Ceux-ci ont un rôle essentiel à jouer car ce sont bien les investissements effectués qui permettent aux entrepreneurs d'aller de l'avant, d'atteindre l'objectif qu'ils se sont fixé, et le succès de toute start-up repose sur sa capacité à augmenter ses activités.

Nous avons certes encore du chemin à parcourir pour attirer des investisseurs locaux, qui sont plus enclins à investir dans la pierre. Tant que les investisseurs locaux n'auront pas pris pleinement conscience de l'intérêt d'investir dans la technologie, il sera difficile d'assurer des investissements durables dans les start-ups africaines. Un grand nombre d'investisseurs de la Silicon Valley et d'Europe ne connaissent pas bien la situation de la technologie en Afrique et en conséquence ils ont tendance à freiner leurs investissements dans les start-ups. C'est précisément pour cette raison que le rôle des investisseurs locaux est crucial. Il s'agit d'un long chemin à parcourir, et nous avançons doucement mais sûrement.

Nous préparons actuellement avec nos partenaires l'organisation d'un atelier de formation (Angel Investor Bootcamps) dont le but sera de mobiliser les investisseurs providentiels aux premiers stades de la vie des entreprises et de mettre en évidence le potentiel énorme que représente l'Afrique dans ce domaine. Dans le cadre de DEMO Africa 2014, nous avons organisé également le premier sommet annuel des investisseurs providentiels (Annual Angel Investor Summit), qui a connu un grand succès et donné naissance au réseau d'investisseurs africains ABAN. Une manifestation similaire est organisée dans le cadre de DEMO Africa 2015 qui rassemblera un nombre croissant d'investisseurs de tout le continent et d'autres pays également.

Quels sont les avantages qu'offre DEMO Africa aux start-ups?

DEMO Africa sert de plate-forme de lancement pour les produits des start-ups et leur offre la publicité et

Photo: DEMO Africa



Photo: DEMO Africa

Photo: DEMO Africa



DEMO Africa est pour les principales start-ups d'Afrique l'opportunité de faire valoir leurs innovations auprès de sociétés de capital-risque, d'investisseurs, d'acheteurs de technologies et les médias.

Une nouvelle génération d'entrepreneurs férus de technologie avec une attitude gagnante insuffle un vent de dynamisme sur les start-ups africaines. DEMO Africa est une plate-forme sur laquelle la majorité des entreprises innovantes peuvent lancer leurs produits.

l'opportunité d'attirer les investissements dont elles ont besoin. Elles bénéficient d'une aide commerciale et de conseils fournis par une équipe d'accompagnateurs et de mentors dans nos ateliers de formation. Ces cours de formation intensive de trois jours destinés aux entrepreneurs couvrent tous les aspects de la création d'une entreprise, y compris la propriété intellectuelle. Nous les préparons à mettre en valeur leurs produits lors de la manifestation de lancement, et nous les suivons pendant six mois après cet événement afin de les aider à résoudre tout problème susceptible de se poser. Les start-ups bénéficient également d'une forte exposition médiatique, et, autre élément déterminant, elles peuvent aussi intégrer le réseau mondial de DEMO Africa. Si une start-up vient présenter ses produits pour la première fois lors de DEMO Africa, elle peut également se présenter lors d'autres manifestations DEMO. Si des start-ups décident de pénétrer le marché nord-américain, par exemple, elles

peuvent venir présenter leurs produits à la DEMO de la Silicon Valley, ou si elles souhaitent attaquer le marché brésilien, elles peuvent aller présenter leurs produits à DEMO BRASIL.

Et demain?

Nous assistons à l'apparition de produits et de solutions de niveau mondial créés en Afrique, ce qui commence à être remarqué en dehors du continent. Nous observons également la mise en place de coentreprises entre des entrepreneurs africains et leurs homologues dans d'autres pays, mais, fait le plus important, nous ne pouvons que constater l'intérêt croissant que portent à ces entreprises les sociétés de capital-risque tant en Afrique qu'en Europe et aux États-Unis d'Amérique. Tous ces facteurs mettent en évidence un terreau fertile d'où ne peuvent que germer des solutions de haut niveau.

Le gisement de l'innovation

Fidel Báez Nuñez, directeur du service Technologie et innovation, Codelco (Chili)



Photo : Codelco



Photo : Codelco

Au fil des décennies, l'innovation technologique a permis à la Codelco d'augmenter sa productivité et de réduire les risques d'accident. Aujourd'hui, l'innovation est la clé de la viabilité de la société et lui permettra d'atteindre des niveaux de rendement extrêmement élevés.

Le Chili est un pays minier par excellence, son sous-sol regorgeant de métaux et de minéraux précieux comme l'or, le molybdène ou le lithium, mais surtout de cuivre. Le Chili détient près de 30% des réserves mondiales de cuivre et représente environ un tiers de la production mondiale de ce métal non ferreux, ce qui en fait le plus grand producteur et le premier exportateur de métal rouge au monde.

LE SECTEUR MINIER MONDIAL FACE À DES DÉFIS MAJEURS

Le secteur minier chilien et l'ensemble de l'industrie minière dans le monde se heurtent néanmoins à des défis majeurs. Outre leur teneur de plus en plus faible et leur complexité accrue, les gisements sont enfouis à des profondeurs de plus en plus importantes, ce qui rend leur exploitation bien plus onéreuse et bien plus difficile du point de vue technique.

L'augmentation des coûts de production est vertigineuse. Selon une étude menée par la Commission chilienne du cuivre (Cochilco), ils ont affiché une hausse moyenne de 10% par an depuis 2005. À cette date, produire une livre de cuivre revenait à 90 cents; en 2014, il fallait compter pas moins de 217 cents.

Le secteur est également en proie à l'inflation des salaires, à des pénuries d'eau, à des normes environnementales de plus en plus strictes et à une hausse des coûts de l'énergie liée à la nécessité de transporter les roches contenant le minerai sur de plus longues distances et de traiter et d'affiner des métaux plus complexes et d'une plus faible teneur.

LA CODELCO : LA PLUS GRANDE SOCIÉTÉ MINIÈRE AU MONDE

Entreprise publique, la Codelco est la plus grande société minière au monde. Nous nous classons au premier rang des producteurs de cuivre du Chili et au deuxième rang des producteurs de molybdène, un élément chimique métallique utilisé dans les alliages en acier.

La Codelco est spécialisée dans l'exploration des gisements ainsi que dans l'élaboration, l'exploitation, le traitement et la commercialisation du cuivre et de ses sous-produits. Nous sommes à l'origine de près de 10% de la production mondiale annuelle de cuivre et détenons 9% des réserves mondiales de cuivre.

En 2014, la Codelco a produit plus de 1,84 million de tonnes de cuivre pur. La société compte actuellement plus de 18 000 employés et est présente dans les secteurs de l'extraction souterraine, de l'exploitation à ciel ouvert,



Photo : Codelco

La stratégie de la Codelco en matière d'innovation consiste à transférer et à adapter des technologies existantes et à en concevoir de nouvelles pour résoudre les difficultés auxquelles se heurte chacune des huit mines et usines de traitement de la société.

du traitement des minerais, de la fonderie, de l'affinage et de la bio-hydrométallurgie. En 44 ans d'existence, nous avons contribué à hauteur de plus de 115 milliards de dollars É.-U. à l'économie chilienne.

Il n'en reste pas moins que face à la hausse des coûts de production, aux sombres perspectives quant à l'évolution du marché du cuivre et à la dégradation des ressources minérales, la Codelco, comme bien d'autres entreprises du secteur, lutte pour préserver sa compétitivité.

La réduction des coûts d'exploitation, l'augmentation de la productivité et l'amélioration de la santé et de la sécurité au travail sont les trois grandes priorités que s'est fixées l'entreprise.

L'INNOVATION, UN ÉLÉMENT DÉCISIF

Déterminée à assurer la viabilité à long terme de ses activités et à atteindre les plus hauts niveaux de rendement, la Codelco investit massivement dans l'accroissement des capacités de production de ses mines vieillissantes et dans la recherche de nouveaux gisements à forte teneur. Or l'innovation a un rôle déterminant à jouer dans la réalisation de ces objectifs. Ces dernières décennies, l'innovation technologique nous a ainsi permis d'augmenter notre productivité et de réduire les risques d'accident. Aujourd'hui, elle est la clé de notre avenir.

La politique de l'entreprise en matière d'innovation technologique et de recherche vise à lui permettre de

trouver des solutions novatrices pour relever les défis que pose l'exploitation minière et auxquels le marché n'apporte actuellement aucune réponse satisfaisante. Chaque année, nous investissons près de 100 millions de dollars É.-U. dans la mise au point de technologies de pointe et mettons tout en œuvre pour garantir la qualité hors pair de nos activités. Notre objectif est d'être à l'avant-garde de la technologie dans le secteur de l'exploitation minière, ce qui nous permettra de stimuler la productivité, d'améliorer la sécurité de nos employés, de préserver l'environnement et de rester compétitifs.

La demande mondiale en minerais et en métaux ne cesse d'augmenter. Or l'expérience montre qu'une hausse annuelle de 2% doit se traduire par une multiplication par deux de la production actuelle tous les 38 ans. Pour répondre à cette demande, nous n'avons pas d'autre choix que de trouver des solutions novatrices et plus efficaces pour localiser et exploiter les réserves de la planète. Avec le vieillissement des mines, ces réserves se révèlent de plus en plus difficiles à exploiter, ce qui rend d'autant plus impérieux le besoin d'innover qui sous-tend nos activités de recherche.

LES TECHNOLOGIES INTELLIGENTES : UNE SOLUTION D'AVENIR

La stratégie de la Codelco en matière d'innovation consiste à transférer et à adapter des technologies existantes et à en concevoir de nouvelles pour résoudre les difficultés auxquelles se heurtent chacune des

huit mines et usines de traitement de la société (Andina, Chuquicamata, El Teniente, Gabriela Mistral, Ministro Hales, Radomiro Tomic, Salvador et Ventanas).

Ces dernières années, l'entreprise a mis l'accent sur la mise au point de technologies intelligentes susceptibles d'être utilisées à chaque stade du processus de production, depuis l'extraction sur le site minier jusqu'à la fabrication de cathodes entrant dans la composition de toute une gamme de produits et de systèmes électriques et électroniques.

Ces technologies nous aident à augmenter notre productivité et notre efficacité opérationnelle et à réaliser des économies substantielles. L'extraction minière par télérobotique par exemple, à savoir l'utilisation d'engins robotisés télécommandés pour extraire du minerai, contribue à réduire les risques d'accident des mineurs. De même, nous nous servons de robots dans la mine Gabriela Mistral d'Antofagasta pour inspecter le matériel de façon à accroître l'efficacité de nos services de maintenance. Les camions utilisés sur ce site pour le transport des roches sont eux aussi entièrement autonomes. Des technologies numériques innovantes permettent également à nos activités de traitement d'afficher des niveaux d'intégration et d'automatisation plus élevés et d'être gérées à distance.

LE RÔLE CRUCIAL DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DANS LA STRATÉGIE D'INNOVATION DE LA CODELCO

Pour relever les nouveaux défis auxquels elle était confrontée dans les secteurs de l'exploitation minière et de la métallurgie, la société a mis au point de nombreuses technologies pionnières aujourd'hui protégées par brevet. La propriété intellectuelle est en effet indissociable des activités de recherche-développement de la Codelco.

La stratégie de la société en matière de propriété intellectuelle comprend trois grands volets.

Premièrement, elle joue un rôle dans le développement de prototypes d'équipements miniers. Nous passons des accords avec des fournisseurs commerciaux portant sur la conception de prototypes qui, une fois approuvés, sont intégrés dans nos processus de production. Dans le cadre de ces accords, nous transférons notre propriété intellectuelle à notre partenaire commercial afin d'optimiser le développement des produits.

Deuxièmement, la Codelco protège par brevet les technologies qu'elle met au point. À ce jour, la société a

déposé 250 demandes de brevet nationales et internationales; elle s'est vu délivrer 134 brevets au Chili, 21 à l'étranger et se classe parmi les principales compagnies minières utilisatrices du système des brevets au Chili.

Délivré en 1978, le premier brevet de la Codelco portait sur le convertisseur Teniente, un fourneau à faible consommation d'énergie capable d'assurer la fusion et la conversion du concentré de cuivre. Au fil des ans, nous avons considérablement amélioré l'efficacité du convertisseur et il est désormais utilisé par des sociétés minières au Chili, au Mexique, au Pérou, en Thaïlande et en Zambie. Nous sommes également titulaires de brevets sur de nombreux procédés d'exploitation minière, notamment dans le domaine de la biolixiviation, une technique fondée sur l'utilisation de micro-organismes pour extraire de manière économique et efficace le cuivre de minerais sulfurés pauvres.

Troisièmement, la propriété intellectuelle joue un rôle important dans le cadre du réseau d'alliances que nous créons avec de multiples sociétés, instituts de recherche et universités dans le but de proposer des solutions innovantes et performantes en adéquation avec nos objectifs stratégiques. Dix alliances de ce type ont déjà été nouées.

LA SENSIBILISATION DE NOS EMPLOYÉS AUX QUESTIONS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

En collaboration avec l'Institut national de la propriété intellectuelle (INAPI) et l'Institut pour l'innovation dans l'industrie minière et la métallurgie (IM2), nous avons également lancé un projet destiné à sensibiliser l'ensemble de notre personnel aux questions de propriété intellectuelle. L'objectif est de faire mieux comprendre l'incidence de la propriété intellectuelle sur nos activités et sur notre résultat et les raisons pour lesquelles il importe non seulement de protéger et de gérer efficacement les propres actifs de propriété intellectuelle de l'entreprise mais aussi de respecter ceux de tiers. Dans le cadre de ce projet, nous mettons également en place une unité spécialisée dans la propriété intellectuelle au siège de l'IM2 afin de proposer des services d'assistance et de conseil dans ce domaine.

L'innovation est au cœur des projets d'avenir de la Codelco. Seules l'exploitation de technologies de pointe et la mise au point de nouvelles technologies permettront à la société de réussir à atteindre ses objectifs stratégiques.



Photo : Codelco

La Codelco est la plus grande société minière au monde. Pour cette société chilienne, l'innovation est une priorité stratégique. Chaque année, elle investit près de 100 millions de dollars É.-U. dans la mise au point de technologies de pointe et met tout en œuvre pour garantir la qualité hors pair de ses activités.

L'édition aux Émirats arabes unis vue de l'intérieur

Catherine Jewell,

Division des communications, OMPI



Photo: Kalimat Publishing

Bodour bint Sultan Al-Qasimi joue un rôle de premier plan dans le développement du secteur de l'édition aux Émirats arabes unis et dans la promotion de la lecture et de la littérature pour la jeunesse en langue arabe. Elle est la fondatrice et la directrice générale de la maison d'édition *Kalimat*, la fondatrice et la présidente d'honneur de la section émirienne de l'Union internationale pour les livres de jeunesse, la fondatrice et la présidente d'honneur de l'Association des éditeurs des émirats et la directrice de l'initiative Knowledge without Borders. Devenue en 2014 la première femme arabe à siéger au comité exécutif de l'Union internationale des éditeurs, Mme Al-Qasimi nous fait part de son point de vue sur l'évolution du monde de l'édition aux Émirats arabes unis et sur les opportunités et difficultés rencontrées.

Comment vous êtes-vous lancée dans l'édition?

J'ai découvert le monde de l'édition en 2007 par le biais de la littérature de jeunesse. À l'époque, il y avait très peu de livres pour enfants en langue arabe de qualité. On trouvait uniquement des traductions d'ouvrages étrangers à la qualité d'impression et aux illustrations médiocres. C'est ce qui m'a poussée à créer la maison d'édition *Kalimat*, dans l'objectif de proposer des livres de qualité écrits en arabe et capables de stimuler l'imagination et de donner le goût de la lecture aux enfants.

Comment décririez-vous le monde de l'édition actuel aux Émirats arabes unis?

L'édition aux Émirats arabes unis en est encore à ses débuts mais elle présente un énorme potentiel de développement au sein d'un secteur d'un grand intérêt stratégique aux plans national et régional.

Si on ne dispose d'aucun chiffre précis, on estime à 1 milliard de dirhams des Émirats arabes unis (environ 272 millions de dollars É.-U.) la valeur du marché du livre émirien, lequel devrait connaître un nouvel essor avec la multiplication des livres électroniques.

Dans un pays qui compte parmi les plus férus de nouvelles technologies au monde (92% de la population étant équipés d'Internet et 72% de smartphones), l'édition électronique est promise à un bel avenir. Pour autant, je reste convaincue que si la technologie numérique va incontestablement encourager la lecture, le livre papier continuera d'avoir sa place. La lecture sur papier restera toujours un plaisir (sachant par ailleurs qu'elle se révèle moins fatigante pour les yeux que la lecture sur écran). Ceci étant dit, pour rester dans la course, les éditeurs devront s'adapter au progrès technologique

“Lors de mes premiers pas dans l'édition, je voyais l'avenir avec optimisme mais je n'aurais jamais pu imaginer que le secteur de l'édition en langue arabe connaisse un essor aussi fulgurant”, déclare Mme Al-Qasimi (ci-dessus).

et créer suffisamment de contenus interactifs de qualité pour répondre aux besoins en constante évolution du consommateur.

Lors de mes premiers pas dans l'édition, je voyais l'avenir avec optimisme mais je n'aurais jamais pu imaginer que le secteur de l'édition en langue arabe connaisse un essor aussi fulgurant. Éditer des livres dans le monde arabe est une aventure aussi fascinante que stimulante et, forts de leur dynamisme en tant que marché émergent, les Émirats arabes unis servent déjà de carrefour aux éditeurs et aux ouvrages du monde entier.

Pour que le secteur puisse poursuivre sa croissance, il faut faire du développement des compétences une priorité. Former une nouvelle génération d'éditeurs et d'auteurs talentueux et passionnés, dont les idées novatrices serviront de source d'inspiration à une nouvelle génération de lecteurs, est fondamental pour assurer l'avenir du secteur.

Sur quelles initiatives novatrices s'appuie l'essor du secteur de l'édition aux Émirats arabes unis?

La volonté à l'échelle du pays tout entier d'aider les enfants à maîtriser la lecture et d'accroître le niveau d'éducation se traduit par un intérêt accru envers les livres pour enfants. Tout un éventail de festivals, d'ateliers et de programmes visant à favoriser la lecture sous toutes ses formes font ainsi l'objet d'un engouement croissant.

Plusieurs initiatives novatrices stimulent l'expansion du secteur. Citons par exemple le prix *Etisalat* de littérature en langue arabe, qui attire de plus en plus l'attention sur la littérature de jeunesse, ce prix ayant pour objet de donner à chaque enfant la possibilité de prendre goût à la lecture et d'avoir accès à des ouvrages de qualité.

Créé en 2009, ce prix a été lancé à l'initiative de la section émirienne de l'Union internationale pour les livres de jeunesse, avec le soutien d'*Etisalat*. Avec une enveloppe annuelle d'un million de dirhams des Émirats arabes unis, il est le plus richement doté et récompense les meilleurs écrivains de littérature pour la jeunesse de la région.

Le prix *Etisalat* comprend également l'initiative *Warsha* ("atelier" en arabe), un programme très prisé qui vise à favoriser l'éclosion de nouveaux talents dans le secteur du livre pour enfants et adolescents en langue arabe. Au moyen d'ateliers consacrés à l'écriture, l'illustration

et l'édition, il a pour objet de valoriser les compétences d'une nouvelle génération d'écrivains, d'illustrateurs et d'éditeurs très prometteurs.

La création de la Sharjah Book Authority, chargée de l'organisation de manifestations culturelles comme le Salon international du livre de Sharjah ou le Festival du livre pour enfants de Sharjah, a elle aussi contribué à stimuler l'intérêt envers le monde de l'édition.

Sharjah est également à l'origine de la première zone franche pour maisons d'édition, l'objectif étant de donner une vigoureuse impulsion aux activités et publications culturelles au sein du pays et de favoriser une saine concurrence en faveur de la création de livres de qualité.

Quelles sont les difficultés auxquelles se heurte le secteur?

Partout dans le monde, les éditeurs doivent trouver un juste équilibre entre la nécessité de s'adapter au progrès technologique et celle de préserver la solidité et la viabilité de leur activité. En définitive, un éditeur n'est ni plus ni moins qu'une entité économique qui, à ce titre, doit absolument réussir sur le plan financier pour assurer sa pérennité.

Par ailleurs, la distribution d'ouvrages dans la région peut se révéler un véritable cauchemar sur le plan logistique, chaque pays disposant de législations et de réglementations différentes. Dans ce contexte, la distribution en ligne a un rôle crucial à jouer et nombreux sont les éditeurs qui ont déjà entrepris de revoir leurs accords en termes de droits pour qu'ils intègrent automatiquement les droits numériques. La censure, le piratage, la faiblesse du pouvoir d'achat, l'instabilité politique et l'analphabétisme figurent également parmi les difficultés à surmonter.

Quelle est l'incidence du piratage sur le secteur du livre dans la région?

Aux Émirats arabes unis, la législation sur le droit d'auteur est conforme aux normes internationales. En revanche, le droit d'auteur ne fait pas l'objet d'une approche commune dans l'ensemble de la région, ce qui rend son application extrêmement difficile et fait du piratage une activité très répandue, d'où la complexité du problème.

Aux Émirats arabes unis, l'Alliance arabe de lutte contre le piratage, en collaboration avec le Ministère de l'économie, joue un rôle déterminant en la matière. Son



Photo : Kalimat Publishing

À l'instar de nombreuses autres initiatives, le Salon international du livre de Sharjah, organisé par la Sharjah Book Authority, contribue à stimuler l'intérêt envers le monde de l'édition aux Émirats arabes unis.

programme global de lutte contre le piratage prévoit toute une série d'activités de sensibilisation du public, de vastes campagnes de pression et des poursuites judiciaires à l'encontre des auteurs d'atteinte à des droits de propriété intellectuelle.

Les autorités de l'ensemble de la région ont conscience de l'incidence négative du piratage sur les industries de la création et sur l'économie, ce qui incite d'autant plus à sensibiliser aux questions relatives à la propriété intellectuelle et à prendre des sanctions à l'encontre des contrevenants.

Qu'est-ce qui vous a poussée à créer la section émiratie de l'Union internationale pour les livres de jeunesse?

Cette section a été créée dans le but de promouvoir la culture de l'écrit auprès des enfants et des jeunes des Émirats arabes unis. Elle a notamment pour mission de donner aux enfants de notre pays, en particulier à ceux qui vivent dans des zones reculées, la possibilité d'accéder à des livres de grande qualité sur les plans littéraire et artistique.

L'union encourage la publication et la distribution de livres pour enfants dans tous les Émirats arabes unis, donne aux auteurs en devenir ou déjà publiés, ainsi qu'aux illustrateurs et aux maisons d'édition du pays, des possibilités de réseautage, d'échanges et

de renforcement des capacités. Elle œuvre aussi en faveur d'un rapprochement entre les peuples par le biais de la littérature de jeunesse.

Est-ce dans la même optique que vous avez créé le programme Horouf Educational Publishing?

Horouf Educational Publishing est l'une des branches du groupe *Kalimat*. Ce programme a pour objectif de proposer des solutions d'apprentissage novatrices pour soutenir l'enseignement de la langue arabe dans les écoles maternelles et primaires. Il vise notamment à améliorer les capacités linguistiques en arabe des enfants en mettant à disposition des supports pédagogiques en arabe spécialement conçus à leur intention.

Quel est l'objectif de l'initiative Knowledge Without Borders?

Knowledge Without Borders vise à diffuser les connaissances auprès des communautés locales et à maintenir une langue et une véritable identité islamique et arabe. Cette initiative appuie la création d'une société du savoir en favorisant l'instauration d'une culture de la lecture dans les Émirats arabes unis. Pour ce faire, chaque foyer émirati se verra remettre 50 livres, ce qui est déjà le cas de plus de 20 000 foyers de Sharjah.

Toujours dans le cadre de cette initiative, de petites bibliothèques ont été installées au sein de ministères et

d'institutions publiques, des bibliothèques mobiles ont été créées dans des hôpitaux et un bibliobus s'installe dans différents quartiers et espaces publics de Sharjah. Dernièrement, Knowledge Without Borders a également lancé l'idée de proposer des livres en langue arabe à bord des avions de la compagnie Air Arabia, une première dans le monde arabe!

Pourquoi était-il indispensable de créer l'Association des éditeurs des émirats?

Cette initiative était indispensable non seulement pour parler d'une seule voix lors de manifestations et de salons organisés aux niveaux local et international, mais aussi pour faire progresser le secteur de l'édition des Émirats arabes unis.

L'un des principes fondamentaux de l'association est de protéger les droits de propriété intellectuelle des éditeurs, des auteurs et des illustrateurs et de les aider à éviter d'avoir à subir des pertes en cas d'atteinte au droit d'auteur. Pour ce faire, l'association a lancé plusieurs campagnes de sensibilisation du public à la propriété intellectuelle; parallèlement, elle s'emploie à mettre en place une organisation de gestion des droits de reproduction et une association ayant pour mission de protéger les droits de tous les créateurs et de lutter contre le piratage.

L'Association des éditeurs des émirats soutient ses membres en leur offrant des services d'assistance et de formation et en œuvrant à l'amélioration de la situation du secteur et de la législation applicable. Elle propose par exemple à de jeunes éditeurs un programme de tutorat sur un an destiné à approfondir leurs compétences professionnelles et à enrichir leur expérience. Elle a également pour vocation de promouvoir et d'appuyer la traduction d'ouvrages à partir de et vers la langue arabe.

En 2015, l'association a également coorganisé la troisième Conférence des éditeurs de langue arabe, un événement remarquable qui témoigne du rôle moteur qu'elle joue dans la région.

Quel type d'évolution souhaiteriez-vous s'agissant du cadre réglementaire des Émirats arabes unis?

Les Émirats arabes unis disposent d'un cadre réglementaire solide et complet, et les droits des auteurs, des illustrateurs et d'autres créateurs sont respectés. Il faut bien comprendre que le secteur de l'édition joue un rôle déterminant dans la promotion et la diffusion des connaissances et de l'information. Pour autant, à une époque marquée par l'évolution constante du monde de l'édition, il est toujours possible de prendre de nouvelles



Photo : Kaimat Publishing

La volonté à l'échelle du pays tout entier d'aider les enfants à maîtriser la lecture et d'accroître le niveau d'éducation se traduit par un intérêt accru envers les livres pour enfants.

dispositions pour garantir une meilleure protection du droit d'auteur et des droits de propriété intellectuelle. Avec l'avènement de l'édition numérique, les frontières entre pays s'estompent. Dans ce contexte, il sera indispensable de renforcer la collaboration au niveau international pour élaborer, adopter et faire respecter des normes et des politiques applicables à l'ensemble du secteur de l'édition.

Et quel type d'évolution souhaiteriez-vous pour le secteur de l'édition aux Émirats arabes unis?

Si nul ne peut prédire l'avenir, chacun s'accorde à reconnaître que le monde de l'édition connaît une profonde mutation à l'échelle mondiale. À court terme, l'apparition des techniques numériques, les menaces qui pèsent sur le droit d'auteur et les droits de propriété intellectuelle, la nécessité de créer de nouveaux circuits de distribution et les changements au niveau du comportement des consommateurs demeurent autant de sujets de préoccupation pour les éditeurs, forcés de revoir leurs stratégies commerciales et la façon dont ils exercent leur activité.

Je forme le vœu que la multiplication des opportunités à laquelle nous assistons permette à de jeunes auteurs et illustrateurs de créer des œuvres originales exceptionnelles et aux éditeurs de proposer des livres en arabe de grande qualité, voire de les traduire dans d'autres langues.

Dernière question et non la moindre, que lisez-vous en ce moment?

The Blue Between Sky and Water, de Susan Abulhawa, un récit captivant et bouleversant sur la douleur, la résilience, l'humanité, la famille et l'amour.

Blurred Lines – La différence entre inspiration et appropriation

Ben Challis, conseiller juridique,
Glastonbury Festivals Limited
(Royaume-Uni)

Si les compositeurs avaient du mal à clairement définir la frontière entre “s’inspirer” de l’œuvre d’un tiers et “se l’approprier”, la décision rendue par un jury fédéral des États-Unis d’Amérique dans l’affaire “Blurred Lines” pourrait bien ajouter encore à la confusion, notamment dans le domaine du hip-hop et du rap, où le sampling et le remix sont monnaie courante.

Après avoir connu un succès phénoménal en 2013, le titre de Robin Thicke *Blurred Lines* restera dans les mémoires comme l’un des morceaux ayant fait le plus couler d’encre ces 10 dernières années. Déjà sujet à controverse en raison du contenu de ses paroles et de sa vidéo promotionnelle, le titre a déclenché une deuxième vague de polémique dans la presse en février et mars 2015, après que la famille de la légende de la soul américaine Marvin Gaye eut obtenu gain de cause en justice, un jury fédéral ayant décidé que cette chanson plagiait le tube de 1977 de Marvin Gaye intitulé *Got To Give It Up*. Au titre de cette décision, Robin Thicke et le coauteur de la chanson, Pharrell Williams, ont été condamnés à verser 7,4 millions de dollars É.-U. de dommages-intérêts.

L’AFFAIRE

L’affaire *Blurred Lines* (*Williams c. Bridgeport Music, Inc.* (n° 13-06004) (C.D. Cal. 19 novembre 2013)) a débuté lorsque Robin Thicke, Pharrell Williams et le rappeur TI (Clifford Harris Jr.), les interprètes de la chanson, réagirent à certaines préoccupations quant à l’existence de similitudes entre les deux enregistrements et cherchèrent à obtenir un jugement déclaratoire comme quoi aucune atteinte au droit d’auteur n’avait été commise.

Avant la tenue du procès, le juge de district John Kronstadt rendit un arrêt visant à empêcher l’avocat de la famille de Marvin Gaye, Richard S. Busch, de faire écouter les deux enregistrements côte à côte, au motif que l’affaire portait non pas sur l’enregistrement sonore mais sur la composition représentée par la partition. En ce qui me concerne, j’ai du mal à accepter la décision du jury selon laquelle les deux chansons présentent une très grande similitude.

Une version de cet article a initialement été publiée dans le *Journal of Intellectual Property Law & Practice* (2015) 10 (8).

Ben Challis est un juriste britannique spécialisé dans le droit de la musique et du divertissement. Il est également membre du conseil d’administration de l’Institute of Crowd Education, professeur de droit invité à l’Université nouvelle du Buckinghamshire et professeur invité à l’Université de Sheffield Hallam. Il est le rédacteur de www.musiclawupdates.com et publie des articles sur le blog www.the1709blog.blogspot.co.uk.

Il est intéressant de noter que cette décision a été rendue deux semaines à peine après le verdict dans l'affaire *Stay With Me*, au titre duquel Tom Petty et Jeff Lynne se virent accorder 25% des ventes du morceau, interprété et coécrit par Sam Smith, au motif qu'il plagiait le titre de Tom Petty sorti en 1989, *I Won't Back Down*.

La différence entre "inspiration" et "appropriation" a toujours été ténue.

Il est apparu au cours du procès (notamment suite au témoignage de Robin Thicke en personne) que bien que la paternité de la chanson lui eut été attribuée, l'interprète n'avait que très peu contribué à sa composition. Il ne manqua pas en revanche de divertir le jury en reprenant toute une série d'extraits aussi variés que *With or Without You*, de U2, *Forever Young*, d'Alphaville, *No Woman, No Cry*, de Bob Marley, *Man In The Mirror*, de Michael Jackson ou *Let it Be*, des Beatles, pour montrer que des morceaux très dissemblables pouvaient être assemblés de manière homogène et qu'il n'était pas rare de retrouver certains éléments musicaux typiques d'un titre à l'autre.

En tant qu'auteur et producteur principal, Pharrell Williams déclara que la musique de Marvin Gaye et la soul des années 70 avaient bercé son enfance mais précisa que selon lui, il était inconcevable de chercher à "prendre quelque chose à quelqu'un que l'on aime".

Au lendemain de la sortie du titre, Pharrell Williams indiqua qu'il y avait peut-être des similitudes entre l'œuvre de Marvin Gaye et la sienne mais que cela n'avait pas fait partie de manière intentionnelle du processus de création. Richard S. Busch, au nom de la famille de Marvin Gaye, lui demanda si selon lui, *Blurred Lines* traduisait l'ambiance de l'époque à laquelle le prince de la soul enregistrerait ses morceaux.

On peut effectivement parler d'"ambiance", lui répondit Pharrell Williams, "pas d'atteinte".

ANALYSE

Aux États-Unis d'Amérique, la loi sur l'échantillonnage d'enregistrements sonores semblait très claire au lendemain de la décision rendue dans l'affaire *Bridgeport Music, Inc. c. Dimension Films* (410 F.3d 792 (6th Cir. 2005)) où, dans le cadre de cette autre affaire menée par Richard S. Busch, la cour d'appel des États-Unis d'Amérique pour le sixième circuit avait déclaré: "Si vous voulez faire du sampling, achetez les droits". Bien qu'une récente décision impliquant le rappeur Jay-Z puisse laisser planer un doute quant au caractère péremptoire de cette approche, un certain flou continuera inévitablement de régner autour de la composition musicale, la justice ayant toujours eu beaucoup de mal à tracer une frontière nette entre inspiration et appropriation.

Il y a 99 ans dans l'affaire *Haas c. Leo Feist, Inc.* (234 F. 105 (S.D.N.Y. 1916)), le juge Learned Hand avait été amené à comparer deux œuvres pour établir s'il y avait eu plagiat. Dénigrant l'originalité des deux œuvres, le juge remarqua

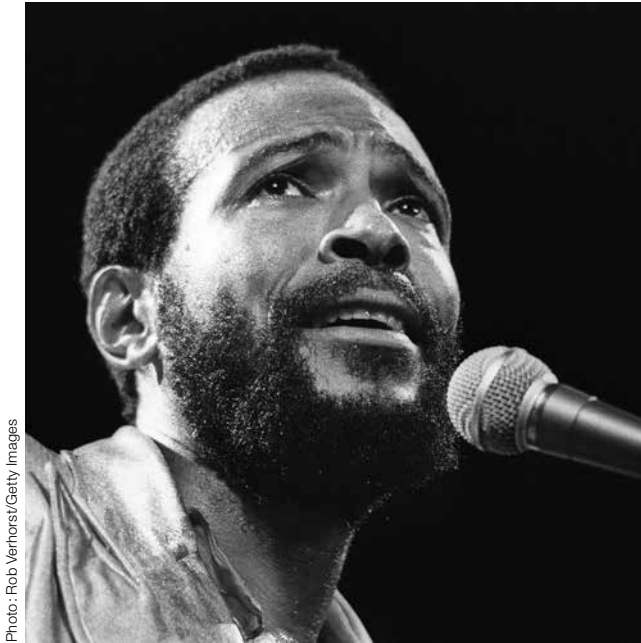


Photo : Rob Verhorst/Getty Images



Photo : Kevin Mazur/Fox/Getty Images

À gauche: Marvin Gaye; à droite: Robin Thicke

La famille de la légende de la soul américaine Marvin Gaye a récemment obtenu gain de cause devant la justice américaine, un jury fédéral ayant décidé que la chanson *Blurred Lines*, de Robin Thicke et Pharrell Williams, plagiait le tube de 1977 de Marvin Gaye, *Got To Give It Up*. Cette affaire montre à quel point il est difficile pour la justice de tracer une frontière nette entre inspiration et appropriation.

l'apparition de tonalités identiques au même moment dans les deux morceaux. Quelques années auparavant, dans une décision rendue dans l'affaire *Hein c. Harris* (1910), ce même juge avait utilisé une "méthode comparative" semblable et avait finalement tranché en faveur du plaignant au motif que sur les 17 mesures que comptaient les œuvres, 13 étaient "sensiblement identiques". Dans l'affaire *Haas*, il donna également raison au plaignant en raison d'un "parallélisme qui, à [son] oreille, semblait ne pas relever du pur hasard". En 1930, le juge Learned Hand amena à considérer sous un nouvel angle la problématique de l'idée et de l'expression de l'idée. Dans l'affaire *Nichols c. Universal Pictures Corp.* (45 F.2d 119, 121 (2d Cir. 1930)), il insista sur le fait que la différence entre ces deux notions était fondamentalement arbitraire, déclarant de manière quelque peu révélatrice: "nul n'a jamais été en mesure de délimiter la frontière entre ces deux notions, et nul ne le sera jamais". Nombreux sont ceux qui, à la lecture de l'affaire *Blurred Lines*, auront sans doute été du même avis.

Certains se rappelleront peut-être de la complexité de l'affaire *Bright Tunes Music c. Harrisongs Music et al.* (420 F. Supp 177 (1976)) où, en 1979, l'ancien membre des Beatles George Harrison fut finalement condamné à verser 587 000 dollars É.-U. pour avoir "plagié de manière inconsciente" la mélodie de la chanson *He's So Fine*, des Chiffons, dans sa chanson *My Sweet Lord*.

Selon un observateur, en comparant les deux chansons, "on aurait du mal à se ranger du côté de l'ancien membre des Beatles". C'est son point de vue. À l'époque, je me souviens avoir trouvé les deux titres (ou les enregistrements que j'en avais entendus) très différents l'un de l'autre, ce qui ne fut pas le cas du juge Richard Owen. "George Harrison a-t-il délibérément utilisé la musique de *He's So Fine*? Je ne pense pas qu'il l'ait fait de manière intentionnelle. Pour autant, il est évident que la mélodie de *My Sweet Lord* et celle de *He's So Fine* sont identiques; seul le texte change. Or George Harrison avait accès à la chanson *He's So Fine*. Aux yeux de la loi, il s'agit d'une atteinte au droit d'auteur, et même si le plagiat était inconscient, il n'en reste pas moins qualifié en tant que tel", déclara-t-il.

Dans l'affaire *Blurred Lines*, l'expert en musicologie de la famille de Marvin Gaye avait étudié les partitions et les enregistrements sonores des deux œuvres et avait trouvé huit éléments "sensiblement identiques" qui allaient "au-delà de la simple coïncidence". La famille soutint qu'il était peu probable que l'œuvre d'un tiers présente tous ces éléments "selon un agencement identique".

Personnellement, je préfère l'analyse faite préalablement au procès par le musicologue indépendant Joe Bennett (<http://joebennett.net/2014/02/01/>

did-robin-thicke-steal-a-song-from-marvin-gaye). Après avoir examiné les lignes de basse, il a déclaré: “En faisant une comparaison note par note, la différence saute aux yeux. Ces lignes de basse reposent sur des notes, des rythmes et des phrasés différents les uns des autres. Elles sont même tirées de gammes musicales différentes. Les notes de basse de Robin Thicke appartiennent toutes au mode mixolydien, contrairement à la ligne de basse de Marvin Gaye, qui s’appuie sur la gamme pentatonique mineure.”

En réponse à l’allégation selon laquelle *Blurred Lines* copie la ligne de basse de Marvin Gaye, Joe Bennett a déclaré: “Si tel est bien le cas, et si Robin Thicke et ses acolytes ont effectivement ‘copié la ligne de basse’, alors ils ont modifié la plupart des tonalités, ils ont déplacé plein de notes et en ont supprimé d’autres. Autrement dit, ils ont créé leur propre ligne de basse originale.” S’agissant de l’utilisation de cloches de vache, le musicologue explique que: “Les cloches de vache utilisées par Robin Thicke (en réalité, une cloche de vache associée à un autre instrument à percussion au son plus proche de celui d’une clave électronique), syncopent sur les doubles-croches; or la mélodie de Marvin Gaye s’appuie très clairement sur des croches. Le seul point commun, c’est que chaque riff reprend les trois premières croches de la mesure.”

PORTÉE PRATIQUE

Au lendemain du procès, la plupart des commentaires furent négatifs, soulignant que toute création musicale est forcément inspirée et que les genres, les ambiances et le groove ne devraient pas faire l’objet d’une protection au titre du droit d’auteur.

Selon le *Time Magazine*, cette décision allait probablement donner un coup d’arrêt à l’écriture de nouvelles chansons. Certains allèrent plus loin encore, estimant que l’échantillonnage devait être reconnu comme élément indissociable de la création musicale contemporaine et que tout ce qu’il fallait retenir de cette décision, c’était que le droit d’auteur n’était plus en phase avec les méthodes actuelles de production musicale. D’après ces observateurs, la gamme musicale standard ne comprend qu’un nombre de notes limité et, globalement, chacun s’accorde désormais à reconnaître que certaines expressions ne peuvent pas être protégées par le droit d’auteur. D’autres affirmèrent que l’un des objectifs du droit d’auteur, c’est d’encourager la créativité, pas de l’étouffer, d’où le point de vue selon lequel le droit d’auteur protège uniquement l’expression des idées, pas les idées en elles-mêmes. D’autres enfin prétendirent

que l’utilisation transformative peut, tout au moins aux États-Unis d’Amérique, faire l’objet d’une protection au titre de l’usage loyal. Au bout du compte, le sentiment général semblait être qu’“il est bon de prévoir un certain niveau de protection, mais pas d’en abuser”. Comme toujours, tout dépend de là où se situe la ligne de démarcation.

Le rappeur TI partagea l’avis de Pharrell Williams et Robin Thicke et déclara que cette décision créait “un horrible précédent pour la musique et la créativité”. Leur avocat, Howard King, affirma que le verdict “affectait la créativité des jeunes artistes aspirant à se jucher sur les épaules d’autres musiciens”.

Je crois qu’au Royaume-Uni, même si elle avait conclu à l’existence d’un “lien fortuit”, la justice aurait rendu un avis différent. Bien sûr, la décision de savoir s’il y avait eu plagiat ou non aurait été du ressort d’un seul juge et pas d’un jury de huit citoyens. Or les juges parviennent souvent à des conclusions différentes. L’affaire *Francis Day & Hunter c. Bron* ((1963) Ch. 587) est un bon exemple de la façon dont des juges peuvent aborder des faits identiques de manière quelque peu distincte, ce qui signifie que toute décision dans un domaine aussi flou que celui qui nous occupe relève quelque peu du hasard.

Comme on pouvait s’y attendre, un appel a d’ores et déjà été officiellement interjeté dans l’affaire *Blurred Lines*. “Nous devons tout faire pour que ce verdict soit renversé, dans l’intérêt des compositeurs du monde entier”, a déclaré Howard King devant la presse. “Mes clients savent qu’ils ont puisé au plus profond d’eux-mêmes pour créer ce morceau, pas auprès de sources extérieures. Nous sommes déterminés à utiliser tous les recours à notre disposition pour faire annuler ce verdict. Pour nous, c’est une nouvelle manche qui débute, et ce ne sera sans doute pas la dernière”, a-t-il affirmé à Fox News. La décision de la cour d’appel pourrait bien créer un important précédent.

En juillet, le juge Kronstadt a ramené à 5,3 millions de dollars É.-U. le montant des dommages-intérêts que le jury avait condamné Pharrell Williams et Robin Thicke à verser. Parallèlement, il a ajouté *UMG Recordings*, *Interscope*, *Star Trak Entertainment*, ainsi que le rappeur TI, sur la liste des défendeurs. Il a rejeté la demande d’injonction de la famille de Marvin Gaye mais lui a accordé le versement de redevances à hauteur de 50% des recettes dégagées par l’édition musicale de la chanson *Blurred Lines*.

Favoriser l'essor de l'industrie de la musique : une opération avantageuse pour les villes

Amy Terrill vice-présidente de la division des affaires publiques, Music Canada, Toronto (Canada) et Alex Jacob, porte-parole de l'IFPI, Londres (Royaume-Uni)

La musique est un puissant vecteur de rapprochement social. Elle permet de transcender les clivages linguistiques et culturels et sert de support identitaire et de moyen d'expression à nul autre pareil. L'ensemble de l'industrie musicale est source d'avantages considérables sur les plans social, culturel et économique. Publié conjointement par la Fédération internationale de l'industrie phonographique (l'IFPI, l'organisme de représentation du secteur à l'échelle internationale) et Music Canada, l'un de ses membres affiliés, un récent rapport intitulé *The Mastering of a Music City* cherche à inciter les villes du monde entier à exploiter le dynamisme de la scène musicale au niveau local pour se transformer en de véritables villes de la musique.

Ce rapport présente un ensemble complet de stratégies et de pratiques optimales destiné à aider les villes – au niveau de l'administration locale, des entreprises, des groupes communautaires et du secteur de la création – à exploiter tout le potentiel du monde de la musique. Il tient lieu de feuille de route, l'objectif étant de permettre à toutes les municipalités, indépendamment de leur taille, de réussir à se créer une image de marque en tant que villes de la musique. Pour ce faire, il donne toutes sortes de renseignements utiles sur la façon de renforcer l'assise et d'accroître la vitalité du secteur de la musique au niveau local.

Longtemps associée à la seule ville de Nashville, dans le Tennessee (États-Unis d'Amérique), l'expression "ville de la musique" s'entend désormais de villes ayant réussi à, ou entrepris de, créer une économie florissante autour

de la musique. Par-delà les atouts incontestables qu'elles présentent sur les plans culturel et social, ces villes sont en mesure de générer d'énormes avantages en termes d'emploi et de développement économique.

Le rapport s'appuie sur l'expérience de 22 villes réparties sur les cinq continents, sur 40 entrevues approfondies et sur les travaux de deux groupes de réflexion pour définir les défis et les opportunités liés à la mise en œuvre d'une stratégie portant sur la création d'une ville de la musique. Parmi les personnes interrogées figurent des responsables d'associations musicales, des entrepreneurs du secteur de la musique dont des éditeurs, des agents et des artistes, des employés municipaux et des spécialistes en investissement touristique et en développement économique.

Selon l'étude, pour réussir, tout projet de création d'une ville de la musique doit s'appuyer sur cinq grands piliers :

- la présence d'artistes et de musiciens;
- une scène musicale florissante;
- l'existence de lieux et d'espaces adaptés à la pratique de la musique;
- un public réceptif et engagé;
- la présence de maisons de disques et d'autres entreprises liées au secteur de la musique.

Les villes de la musique peuvent également compter sur un soutien public à plusieurs niveaux, notamment sur des infrastructures urbaines élargies propices au développement du secteur et sur la mise en place de programmes d'enseignement de la musique efficaces.

Photo : Nashville Convention & Visitors Corp.



Le dynamisme économique généré par la musique stimule la création d'emplois, la croissance économique et le développement du tourisme, et renforce l'image de marque d'une ville.

LA MUSIQUE, MOTEUR DE LA CRÉATION DE VALEUR

Pour une ville, le dynamisme économique généré par la musique est synonyme de création de valeur dans de multiples domaines. Il stimule la création d'emplois, le développement du tourisme et de l'art, et renforce l'image de marque de la ville. L'existence d'un milieu musical très actif attire également de jeunes travailleurs hautement qualifiés dans tous les secteurs, la qualité de vie étant pour eux une priorité, ce qui attire ensuite de nouveaux investissements de la part des entreprises.

Plusieurs études ont quantifié les retombées économiques du secteur de la musique au niveau local. Selon le rapport Nashville Music Industry de 2013, l'industrie de la musique a ainsi aidé à créer et à maintenir plus de 56 000 emplois et a contribué à hauteur de 5,5 milliards de dollars É.-U. à l'économie locale. À Melbourne (Australie), le recensement de 2012 a montré que le secteur de la musique en direct générait à lui seul plus de 1 milliard de dollars australiens et soutenait l'équivalent de 116 000 emplois à plein temps par an. De manière analogue, le groupe UK Music a estimé qu'en 2013, l'industrie de la musique avait directement rapporté 3,8 milliards de livres sterling à l'économie britannique et permis l'emploi direct de 111 000 personnes.

SEPT GRANDS AXES STRATÉGIQUES POUR DEVENIR UNE VILLE DE LA MUSIQUE

Le rapport dresse une liste de sept stratégies pour réussir sa mutation en ville de la musique.

1. Prendre des mesures propices à la musique et aux musiciens

S'il est impossible de percer le secret qui fait que des musiciens et des artistes se réunissent dans une ville plutôt que

dans une autre, il est possible de créer un environnement permettant à des musiciens de pratiquer ce en quoi ils excellent : la musique. Offrir un accès à des programmes de formation et d'enseignement, à des systèmes de tutorat, à des pôles d'éducation à la musique ou à des pépinières de jeunes talents ainsi qu'à des logements abordables peut contribuer à attirer et à retenir des artistes, dont un grand nombre ne vit que de maigres revenus.

Gagner sa vie en tant qu'artiste n'a jamais été chose aisée. "Alors que diffuser des œuvres de création n'a jamais été aussi facile, se faire payer en échange n'a jamais été aussi compliqué", constate Robert Levine, ancien directeur de la rédaction de *Billboard*. Proposer des services de perfectionnement professionnel à des musiciens aide non seulement les artistes à acquérir les compétences dont ils ont besoin pour gérer leur entreprise ou leur carrière mais rend aussi les municipalités plus accueillantes. À Bogota (Colombie), la Chambre de commerce met actuellement en place une trentaine de services différents pour aider les artistes et les musiciens à monnayer leur travail et à créer leur entreprise.

En termes de politique municipale, l'aménagement du territoire est sans doute le thème le plus complexe touchant au développement local axé sur la musique. La croissance urbaine et les exigences contradictoires en matière d'espace font peser une pression de plus en plus forte sur de nombreux temples de la musique comme le 12 Bar à Londres (Royaume-Uni), le RCA Studio A à Nashville, le Silver Dollar Room à Toronto (Canada) ou le Palace Theatre à Melbourne. Certains de ces lieux mythiques ont été épargnés, mais pas tous.

Plusieurs villes ont décidé de classer certains bâtiments "sites du patrimoine" pour les protéger des promoteurs immobiliers. D'autres sont allées plus loin. Au Canada par exemple, la ville de Montréal a empêché les bulldozers de raser son Quartier des spectacles en le classant en tant que zone de divertissement. D'une superficie d'un kilomètre carré, ce quartier qui compte pas moins de 30 salles de spectacle et accueille plus de 40 festivals est largement plébiscité comme la destination par excellence des noctambules.

D'autres villes, à l'instar de Melbourne, appliquent le principe de l'"agent du changement" pour résoudre les problèmes qui surgissent lorsque des zones résidentielles empiètent sur des quartiers abritant des salles de concert historiques et que le bruit dérange. Dans le cas où l'"agent du changement" est une nouvelle zone résidentielle bâtie à proximité d'un lieu dédié à la musique qui existait auparavant, les coûts d'isolation acoustique sont à la charge du promoteur. Inversement, si la salle de spectacle est l'"agent du changement", ces coûts sont à

sa charge. Ce principe fonctionne bien lorsque l'expansion d'une zone résidentielle met en danger un quartier abritant plusieurs salles de spectacle bien implantées.

2. Créer un bureau de la musique ou un poste de responsable des questions touchant à la musique

Essayer de s'y retrouver au milieu de multiples politiques et réglementations relatives à la musique peut être particulièrement ardu. C'est la raison pour laquelle plusieurs villes ont créé un bureau de la musique ou un poste de responsable des questions touchant à la musique, lequel sert d'interlocuteur unique pour les autorités municipales et la communauté des artistes. À Seattle (États Unis d'Amérique), par exemple, l'Office of Film + Music sert de guichet unique pour les agents et les producteurs de spectacles en direct, ce qui facilite les relations avec les services municipaux (comme les pompiers ou la police). Ce dispositif peut également servir au règlement de conflits potentiels.

3. Établir un comité consultatif en matière de musique

Les comités consultatifs en matière de musique représentent un lien précieux entre le monde de la musique et les autorités municipales. Généralement composés de représentants de l'ensemble du secteur musical ainsi que de spécialistes en tourisme et en économie, ils donnent des conseils et peuvent jouer un rôle important de médiateur et aider à trouver un consensus sur des questions d'ordre législatif ou réglementaire. Ces comités permettent d'éprouver des projets auprès des principaux acteurs intéressés avant de les soumettre pour approbation à l'administration municipale, ce qui permet de se prémunir contre d'éventuelles déconvenues. Certains de ces comités, à l'image de la Memphis Music Commission aux États-Unis d'Amérique, proposent aux artistes un centre d'aide juridique et des régimes d'assurance maladie avec tiers payant et participent à la mise en œuvre de programmes destinés aux acteurs de la scène musicale.

4. Obtenir l'appui de l'ensemble des acteurs de la filière musicale

Mobiliser les personnes directement concernées par les stratégies en matière de musique est un élément clé de la réussite de toute ville de la musique. Le processus peut néanmoins se révéler extrêmement complexe dès lors qu'il s'agit de collaborer avec de multiples petites et moyennes entreprises aux rôles différents et ne travaillant souvent qu'à temps partiel dans le secteur de la musique.

Une étroite collaboration entre toutes les parties prenantes accroît très fortement les chances d'aboutir à un cadre réglementaire et entrepreneurial propice au développement de l'économie de la musique dans une

ville. Le Conseil parisien de la musique, par exemple, s'emploie à trouver des solutions pour que le secteur public et le secteur privé œuvrent conjointement à soutenir les artistes et les salles de spectacle afin de proposer une offre musicale riche, diversifiée et abordable.

5. Garantir un accès à différents lieux et espaces

La musique a besoin d'un lieu où s'exprimer. En réalité, elle a besoin de toutes sortes d'espaces différents. Des lieux d'enseignement aux lieux de répétition en passant par les lieux d'enregistrement ou les lieux de spectacle, toute ville de la musique digne de ce nom doit pouvoir proposer une large palette de lieux et d'espaces de qualité. Pour soutenir la scène musicale et encourager des artistes à démarrer, cultiver leur talent et se fixer des objectifs ambitieux, il est indispensable de disposer d'un très large éventail de lieux différents, depuis le club minuscule jusqu'au stade gigantesque en passant par toutes les tailles intermédiaires.

Pour ce faire, construire de nouveaux bâtiments n'est pas forcément nécessaire. Plusieurs collectivités ont trouvé des solutions originales pour rénover et transformer des théâtres, des églises et d'autres édifices abandonnés.

Dans certaines villes, les secteurs public et privé œuvrent – parfois séparément, parfois main dans la main – à la création de nouveaux espaces, par exemple des pôles d'éducation à la musique ou des pépinières de jeunes talents pour aider les artistes et les entreprises du secteur. À Toronto, par exemple, de grandes maisons de disques mettent des espaces de bureaux à la disposition de plusieurs labels indépendants avec qui ils travaillent, une solution idéale pour l'échange de savoir-faire.

6. Favoriser l'élargissement du public

Pour réussir, toute ville de la musique se doit de disposer d'un public réceptif et engagé. Outre l'existence d'un solide réseau de transport public et d'un système efficace de promotion des manifestations musicales en direct, les facteurs démographiques jouent eux aussi un rôle important dans l'élargissement du public. De nombreuses villes de la musique considèrent ainsi que la présence d'une vaste population étudiante est un atout.

C'est aujourd'hui que les amateurs de musique de demain forgent leurs goûts artistiques. Proposer des spectacles pour toutes les tranches d'âge permet d'attirer un public jeune et de l'aider à développer un intérêt pour la musique qui ne le quittera plus.

7. Mettre en place un projet de tourisme musical

Le tourisme musical rapporte chaque année des milliards de dollars aux villes qui l'accueillent. Offrir tout au long

Photo: DustinRabin.com



Le tourisme musical rapporte chaque année des milliards de dollars aux villes qui l'accueillent. Le centre Air Canada de Toronto (Canada).

Photo: Recording Industry Association of Malaysia (RIM)



Spectacle de clôture d'AIM 21, l'équivalent des Grammy Awards en Malaisie.

de l'année une scène musicale dynamique, des festivals et des hauts lieux de l'histoire de la musique sont autant d'atouts en la matière. Les grands festivals de musique attirent des milliers de touristes. En 2014 par exemple, quelque 400 000 personnes ont assisté aux concerts des 87 groupes réunis à l'occasion du fameux *Rock al Parque* de Bogota, lequel se classe désormais parmi les plus grands festivals de musique au monde.

Certaines villes mettent en place des stratégies globales en matière de tourisme musical reposant sur la création d'une image de marque en lien avec la musique, l'organisation de campagnes publicitaires, le déploiement de stratégies concernant les médias sociaux, des investissements dans des infrastructures liées à la musique, des programmes de signalisation touristique et une solide programmation musicale.

Nashville, par exemple, fait de la musique l'élément central de son image de marque. Sa stratégie porte ses fruits. En 2014, la ville a accueilli plus de 13 millions de visiteurs qui ont rapporté plus de 5 milliards de dollars É. U. de recettes et permis le maintien de 50 000 emplois. Avec sa note de

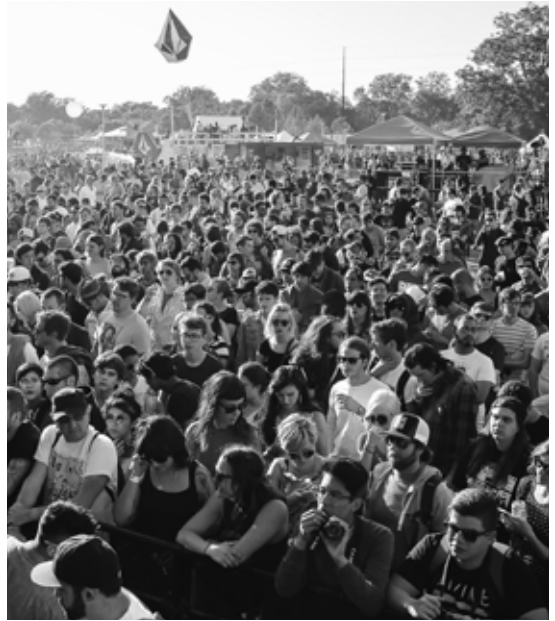


Photo: Jackie Lee Young

L'ensemble de l'industrie musicale est source d'avantages considérables sur les plans social, culturel et économique. Le rapport *The Mastering of a Music City* cherche à inciter les villes du monde entier à exploiter le dynamisme de la scène musicale au niveau local pour se transformer en de véritables villes de la musique.

Le festival Fun Fun Fun Fest d'Austin, Texas (États-Unis d'Amérique).

musique, le logo de la ville apparaît sur les bâtiments, les souvenirs, les articles publicitaires; de même, le site Web de la ville dédié au tourisme, *visitmusiccity.com*, renvoie à une station de radio diffusant des artistes locaux et à une application permettant au public de trouver son chemin pour rejoindre tel ou tel lieu de concert.

Stimuler l'économie de la musique au sein d'une ville apporte de multiples avantages: cela permet de promouvoir le développement artistique et culturel, de renforcer le tissu social, de créer des emplois et de dopper l'activité économique et les recettes liées au tourisme. Forte d'une économie de la musique dynamique, une ville présente un caractère "branché" et une qualité de vie qui incite les gens à aller s'y installer et y travailler, ce qui lui permet d'attirer et de retenir des personnes talentueuses dans tous les domaines, sans parler des entreprises et des investisseurs. Les orientations présentées dans le rapport *The Mastering of a Music City* encouragent les villes du monde entier, quelle que soit leur taille, à exploiter le dynamisme de la scène musicale au niveau local pour favoriser la vitalité, le rapprochement et la prospérité des habitants.

République de Moldova : nouveaux services de propriété intellectuelle en ligne

Lilia Bolocan, directrice générale, et
Vitale Rusanovschi, coordinateur spécialisé de la Division
des technologies de l'information et de la transformation
électronique, Office national de la propriété intellectuelle de
la République de Moldova (AGEPI)

L'apparition d'outils numériques de plus en plus puissants transforme le mode de fonctionnement des entreprises. L'Office national de la propriété intellectuelle de la République de Moldova (AGEPI) n'échappe pas à la règle. Dans le cadre de la stratégie nationale baptisée "Moldova numérique 2020" adoptée en 2013, l'AGEPI progresse rapidement dans la numérisation de ses activités et dans les moyens mis en œuvre pour offrir aux utilisateurs des services plus efficaces et plus conviviaux.

UNE STRATÉGIE NATIONALE À L'ÈRE DE L'INFORMATION

En République de Moldova, le développement de la société de l'information est bien entamé. S'agissant de la vitesse d'accès à l'Internet, le pays se classe parmi les 20 premiers au monde. Un habitant sur deux utilise l'Internet et plus de 50% des foyers sont équipés d'un accès haut débit. Parallèlement, les technologies de l'information et de la communication contribuent à hauteur de 8 à 10% à la croissance économique du pays.

En 2010, le gouvernement a créé un centre de services publics en ligne pour promouvoir et appuyer la modernisation et la transformation électronique des institutions publiques en vue d'une plus grande transparence, d'une plus grande efficacité et d'une plus grande informatisation de l'administration publique. Dans ce contexte, et dans le sillage de l'OMPI, l'AGEPI met actuellement en place de nouveaux systèmes informatiques visant à faciliter l'enregistrement et la gestion des droits de propriété intellectuelle.

Début 2014, nous avons inauguré notre tout nouveau service électronique de dépôt de demandes en ligne.



Photo: Tatiana Nasirov, AGEPI

Grâce à son nouveau système de dépôt de demandes en ligne, l'Office national de la propriété intellectuelle de la République de Moldova (AGEPI) optimise sa qualité de service.

Baptisé "e-AGEPI", ce service permet aux déposants, aux titulaires de droits, à leurs représentants et à d'autres parties intéressées d'accéder à une solution efficace et économique pour déposer une demande de brevet ou d'enregistrement de marques ou de dessins ou modèles industriels. Doté d'une interface Web conviviale, e-AGEPI prend en charge toutes sortes de fonctions liées au dépôt de demandes, depuis la rédaction et la vérification jusqu'au dépôt électronique et au règlement des taxes.

LE NOUVEAU SERVICE EN LIGNE, FACILE D'UTILISATION, DE L'AGEPI

Le nouveau logiciel de l'AGEPI repose sur une interface utilisateur sécurisée, le "bureau personnel", auquel les déposants peuvent accéder en créant un compte sur le site Web de l'AGEPI (www.e-agepi.gov.md). Le système est conçu pour offrir un niveau très élevé de sécurité de l'information et pour réduire au maximum le temps nécessaire pour déposer une demande et les documents y afférents.

Pour enregistrer ses droits de propriété intellectuelle, le déposant commence par remplir le formulaire standard correspondant à la catégorie de propriété intellectuelle qui convient. Enregistrées à l'ouverture du compte, les

données à caractère personnel s'affichent automatiquement. Le déposant est ensuite invité à saisir tous les autres renseignements utiles, suite à quoi le système vérifie que toutes les rubriques ont bien été complétées avant de soumettre la demande. Un guide d'utilisation est disponible en trois langues : roumain, russe et anglais.

Une fois toutes les données correctement saisies, la demande est signée au moyen d'une signature numérique, d'une signature par téléphone portable ou d'une signature électronique propre au système avant d'être transmise à l'AGEPI, où elle est automatiquement consignée et référencée. À ce stade, le déposant reçoit une notification par le biais de son "bureau personnel" ainsi qu'un message électronique contenant un accusé de réception de la demande, son numéro de référence et la date de dépôt. Par la suite, toutes les communications en lien avec cette demande seront elles aussi envoyées par le biais du bureau personnel et confirmées par courrier électronique.

Le système est également connecté au service de paiement électronique du Gouvernement moldave, Mpay, ce qui signifie que les déposants peuvent effectuer leur règlement en toute sécurité par carte de crédit, service de banque en ligne ou même en liquide auprès d'un terminal de paiement ou d'un guichet bancaire.

DES AVANTAGES POUR LES DÉPOSANTS ET POUR L'AGEPI

Ce nouveau système offre une multitude d'avantages à nos utilisateurs. Il leur permet de déposer des demandes en toute sécurité, d'entrer rapidement en communication avec nos services, d'accéder 24 heures sur 24 à des informations actualisées sur la situation de leur demande d'enregistrement, d'être immédiatement informés de tout fait nouveau et de pouvoir régler leurs taxes en ligne sans frais supplémentaires.

Les déposants ont d'ores et déjà adhéré à ce nouveau système et à ses avantages puisque 17,5% des 3491 demandes d'enregistrement de marques déposées entre le 1^{er} janvier 2014 et le 31 mai 2015 ont été soumises en ligne, accompagnés de près de 400 documents connexes.

Cette mutation numérique présente également de nombreux avantages pour l'AGEPI. Grâce au stockage de l'information sous forme numérique, nous sommes en mesure d'automatiser et d'optimiser nos procédures, d'où un service de meilleure qualité. Les délais de procédure peuvent être pris en charge par le système et des alertes déclenchées à l'approche de dates butoirs; la gestion des courriers et des documents peut elle aussi se faire de manière plus efficace et les comptes utilisateurs ainsi que les règlements peuvent être suivis et vérifiés.



Photo: Victoria Moccanu, AGEPI

Dans le cadre de la stratégie nationale baptisée "Moldova numérique 2020" adoptée en 2013, l'AGEPI progresse rapidement dans la numérisation de ses activités et dans les moyens mis en œuvre pour offrir aux utilisateurs des services plus efficaces et plus conviviaux.

Pour tirer pleinement profit de ces avantages, nous avons entamé en 2015 un nouveau projet sur la numérisation de notre flux d'information. Tous nos documents sur support papier sont ainsi numérisés et téléchargés dans le but de créer des archives électroniques entièrement consultables. Une fois le processus achevé, il sera également possible d'améliorer la gestion des procédures d'examen des demandes. Notre objectif est de passer à un mode de gestion interne entièrement électronique.

UN AVENIR NUMÉRIQUE SÉCURISÉ

Assurer la sécurité du système l'emporte sur toute autre considération. L'enregistrement et la gestion des droits de propriété intellectuelle reposent sur de nombreuses informations sensibles et l'AGEPI a consenti à d'énormes investissements pour ne les rendre accessibles qu'aux seules personnes habilitées. À la pointe de la technologie, notre solution en matière de gestion unifiée des menaces comprend un système de pare-feu et de prévention des intrusions de nouvelle génération pour se protéger contre les virus, les spams et d'autres types de menaces extérieures.

Nous procédons aussi quotidiennement à des sauvegardes progressives de données ainsi qu'à une sauvegarde complète tous les mois. Parallèlement, des sauvegardes trimestrielles sur bande magnétique au format ouvert permettent de conserver une copie des dernières données sur un support durable.

Aux yeux de l'AGEPI, s'adapter à l'ère de l'information signifie évoluer non seulement sur le plan technologique mais aussi en termes de procédures économiques, financières et administratives. Or, en faisant des technologies de l'information et de la communication une priorité, nous optimisons notre qualité de service.



Pour plus d'informations, veuillez contacter l'**OMPI**
à l'adresse **www.wipo.int**

Organisation Mondiale
de la Propriété Intellectuelle
34, chemin des Colombettes
Case postale 18
CH-1211 Genève 20
Suisse

Téléphone: +41 22 338 91 11
Télécopieur: +41 22 733 54 28

OMPI—Magazine est une publication bimestrielle distribuée gratuitement par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) dont le siège est à Genève (Suisse). Il vise à faire mieux comprendre la propriété intellectuelle et les activités de l'OMPI au grand public et n'est pas un document officiel de l'Organisation. Les vues exprimées dans les articles et les lettres des contributeurs extérieurs ne reflètent pas nécessairement la position de l'OMPI.

Pour toute observation ou question, on est prié de s'adresser au rédacteur en chef à l'adresse suivante: WipoMagazine@wipo.int
Pour commander une version imprimée du Magazine de l'OMPI, s'adresser à publications.mail@wipo.int.

Copyright ©2015 Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle

Tous droits réservés. Les articles figurant dans le *Magazine* peuvent être reproduits à des fins d'enseignement. Aucune partie ne peut, en revanche, être reproduite à des fins commerciales sans le consentement exprès écrit de la Division de la communication de l'OMPI, dont l'adresse est indiquée ci-dessus.