

## Comité consultatif sur l'application des droits

**Dixième session**  
**Genève, 23 – 25 novembre 2015**

### PROMOUVOIR LE RESPECT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE : INITIATIVES DE SENSIBILISATION PAR L'ÉDUCATION AU ROYAUME-UNI

*Document établi par Elizabeth Jones, conseillère en politiques d'application des droits de propriété intellectuelle, Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni\**

#### RÉSUMÉ

Dans l'environnement connecté dans lequel nous vivons, même la population très jeune consomme de la propriété intellectuelle, en accédant régulièrement et de manière indépendante au contenu numérique en ligne. Les jeunes participent aussi à la création de propriété intellectuelle. Ils sont nombreux à quitter l'école ou l'université pour faire carrière dans des secteurs dépendant de la création de propriété intellectuelle et à développer des entreprises qui reposent sur leur propre inventivité et créativité. Une connaissance de base de la propriété intellectuelle et le respect des droits de propriété intellectuelle d'autrui constituent donc des atouts essentiels pour réussir dans la vie. Or, la propriété intellectuelle est trop souvent ignorée dans notre système éducatif. Pour l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni, veiller à ce que la génération suivante dispose des connaissances nécessaires pour réussir dans un monde compétitif et soit incitée à respecter les efforts que d'autres ont investi dans la mise au point de nouveaux produits, de nouvelles images ou de nouvelle musique est une priorité absolue dans le cadre plus large de notre travail pour faire mieux connaître la propriété intellectuelle. Le présent document présente les initiatives récentes de sensibilisation menées par l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni dans le domaine de l'éducation, qui visent à doter les jeunes de ces connaissances et de cette compréhension.

---

\* Les opinions exprimées dans le présent document sont celles de l'auteur et ne sont pas nécessairement celles du Secrétariat, ni celles des États membres de l'OMPI.

## 1. L'OFFICE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DU ROYAUME-UNI

1. L'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni<sup>1</sup> est l'organisme britannique chargé des droits de propriété intellectuelle, notamment les droits associés aux brevets, aux dessins et modèles industriels, aux marques ainsi que le droit d'auteur. Il joue un rôle directeur dans l'élaboration des politiques en matière de propriété intellectuelle, en informant les entreprises et les particuliers des droits et des obligations en matière de propriété intellectuelle, en favorisant l'application des droits de propriété intellectuelle et en accordant des droits associés à des brevets, des marques et des dessins et modèles industriels britanniques. L'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni est tenu de présenter chaque année un plan directeur<sup>2</sup> établissant ses objectifs et ses priorités. Ces objectifs sont approuvés par le ministre de la propriété intellectuelle et soumis au parlement.

2. Les droits de propriété intellectuelle déploieront leur efficacité maximale lorsqu'ils seront respectés par les consommateurs potentiels et que les intérêts légitimes des consommateurs à accéder à ces droits seront respectés par les titulaires de droits. L'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni joue un rôle essentiel pour assurer la mise en place d'une infrastructure efficace permettant aux titulaires de droits de faire appliquer leurs droits lorsqu'une atteinte leur est portée, mais au sein de laquelle ces mêmes titulaires de droits comprennent qu'ils ont un rôle à jouer en fournissant les voies d'accès appropriées pour que les consommateurs accèdent légalement à leur propriété intellectuelle. Cela s'applique à l'ensemble des droits de propriété intellectuelle, mais les technologies numériques posent des problèmes particuliers en matière de protection du droit d'auteur. En effet, les consommateurs ne comprennent pas toujours le tort potentiel que peut causer l'accès illégal à un contenu numérique et peuvent percevoir les restrictions d'accès ou le coût de l'accès comme étant injustes.

3. Le travail effectué par l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni pour établir des exceptions au droit d'auteur afin de donner une plus grande liberté aux tiers contribue à ce que le système de propriété intellectuelle concilie les intérêts des créateurs et ceux des consommateurs, mais il doit s'accompagner d'efforts visant à favoriser une meilleure compréhension de la propriété intellectuelle et à donner aux consommateurs de bonnes raisons de respecter les droits d'autrui. C'est pourquoi, ces dernières années, un de nos six objectifs stratégiques a été d'"assurer le respect et l'application appropriée des droits de propriété intellectuelle".

## 2. COMPRENDRE NOTRE PUBLIC

4. En 2013-2014, l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni a entrepris plusieurs travaux de recherche pour cerner le problème du téléchargement illégal de contenu et étudier les meilleurs moyens de sensibiliser les personnes concernées et de les encourager à adopter un comportement plus responsable.

5. L'étude de comportement la plus approfondie a été financée par l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni, travaillant en partenariat avec l'Ofcom, et réalisée par Kantar Media<sup>3</sup>. Elle s'est déroulée en quatre phases, 5000 consommateurs environ étant sondés lors de chaque phase, la dernière s'étant achevée en mai 2013. L'étude porte sur la musique, la télévision, le cinéma, les livres, les logiciels et les jeux vidéo et l'échantillon total représente une population de 44,5 millions d'internautes (âgés de plus de 12 ans).

---

<sup>1</sup> <https://www.gov.uk/government/organisations/intellectual-property-office>.

<sup>2</sup> Le plan directeur pour 2015 peut être consulté à l'adresse :

<https://www.gov.uk/government/publications/intellectual-property-office-corporate-plan-2015-2018>.

<sup>3</sup> Voir les documents à la rubrique "Online copyright infringement" à l'adresse : <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/telecoms-research/?a=0>.

6. L'étude Kantar a mis en évidence certains faits intéressants concernant le phénomène du téléchargement illégal. Par exemple, un petit nombre de contrevenants est à l'origine de la grande majorité des actes illégaux – 10% des auteurs d'atteinte (1,6% de la population d'internautes âgés de plus de 12 ans) ont été à l'origine de 79% du contenu illégalement consommé. L'étude a également montré que la confiance dans la teneur légale des contenus, qui était faible, a augmenté. C'est un élément important, car si les consommateurs ne peuvent pas être certains que les sites qu'ils utilisent sont légaux, il leur est difficile de faire les bons choix. L'étude a encore relevé que les personnes pratiquant le plus souvent le téléchargement illégal étaient des hommes de 16 à 24 ans, une personne sur trois appartenant à ce groupe téléchargeant au moins une partie de ses contenus de manière illégale.

7. Une étude similaire, publiée par l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur, s'est intéressée à l'attitude et à la perception des gens dans l'Union européenne<sup>4</sup>. Cette étude a révélé que 9% des citoyens européens reconnaissaient avoir intentionnellement accédé à du contenu illégal sur Internet, l'avoir téléchargé ou visionné en ligne sur une période de 12 mois. L'étude a cependant également conclu que l'âge était une donnée essentielle pour mieux comprendre le phénomène, 26% des jeunes entre 15 et 24 ans indiquant avoir accédé à du contenu illégal, l'avoir téléchargé ou visionné en ligne durant la même période.

8. Il ressort clairement de ces études que le problème du téléchargement illégal doit être traité en exerçant une influence sur les plus jeunes consommateurs, ceux qui accèdent à de gros volumes de contenu illégal, et ceux qui ont presque l'âge de s'approprier à le faire. La contrefaçon et le piratage peuvent être des sujets très sensibles pour les créateurs comme pour les consommateurs.

9. En juin 2013, l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni a mené des recherches pour recueillir des données qualitatives, se mettant à l'écoute de nos consommateurs de propriété intellectuelle. Le but était d'examiner les messages que nous véhiculons en veillant à communiquer avec les consommateurs dans un langage qui leur soit compréhensible. Quarante-deux consommateurs âgés de 13 à 45 ans, issus de différents milieux, notamment des écoliers et des étudiants, des ingénieurs et des artisans, des enseignants et des instructeurs, des parents, du personnel de vente et bien d'autres encore, ont été entendus. Les questions ont porté sur leur attitude et leur comportement, leur perception de la propriété intellectuelle et des atteintes portées aux droits, leur avis sur nos campagnes actuelles de sensibilisation des consommateurs et les sujets qu'ils voudraient voir aborder dans les prochaines campagnes.

10. Pour les consommateurs sondés, le téléchargement constituait l'infraction la plus grave de toutes les activités de piratage et de contrefaçon. Ils relevaient néanmoins aussi que le téléchargement illégal était non seulement gratuit, mais aussi plus rapide et plus pratique. L'achat de produits de contrefaçon était considéré comme étant une infraction mineure. Tous groupes d'âge confondus, les sondés ne se montraient guère, voire pas préoccupés du tout du point de vue moral ou juridique par l'acquisition de produits de contrefaçon. Il ressortait des groupes de réflexion que les messages mettant l'accent sur les dommages causés à l'économie par le téléchargement illégal suscitaient, dans le meilleur des cas, l'indifférence, dans le pire des cas, un ressentiment dès lors que le préjudice était causé à des personnes considérées comme fortunées – musiciens, maisons de disques et agents – et qu'ils ne suscitaient aucune réaction ou préoccupation morale à l'égard de l'atteinte portée à l'économie dans son ensemble.

---

<sup>4</sup> <https://oami.europa.eu/ohimportal/documents/11370/80606/IP+perception+study>.

11. Nombreux sont ceux qui estiment qu'axer les interventions sur la génération future est l'approche la plus prometteuse. D'après la recherche, l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni devrait cibler ses efforts sur les enfants et les adolescents peu ou pas exposés concrètement au téléchargement illégal. Une réaction favorable était par ailleurs observée lorsque les jeunes étaient sensibilisés par des modèles positifs, par le biais de concerts de musique populaire, d'artistes ou de sportifs connus auxquels les enfants et les adolescents s'identifient. Les messages devraient se concentrer sur les effets néfastes du téléchargement tout en incitant à opter pour des voies légales et pourraient être rendus plus attractifs en faisant appel à de jeunes artistes en herbe ou à des représentants de maisons de disques.

### 3. ACTIVITÉS ET CAMPAGNES

12. En 2013-2014, l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni a ainsi mis en œuvre une campagne nationale d'activités pour sensibiliser au moins quatre millions de personnes au moyen de messages visant à promouvoir le respect de la propriété intellectuelle. Sur la base des informations fournies par la recherche, la campagne a consisté en une série de projets extrêmement ciblés, centrés sur des groupes d'âge clés et menés en partenariat avec les secteurs professionnels. Elle a adopté une approche positive, fondée sur la reconnaissance de la valeur de la musique, du cinéma et de l'innovation, avec des messages négatifs montrant l'impact sur les individus plutôt que sur l'économie dans son ensemble. L'objectif principal était que les jeunes :

- reconnaissent la valeur de la propriété intellectuelle pour une entreprise;
- reconnaissent l'importance de la propriété intellectuelle pour leur future carrière; et
- manifestent un plus grand respect pour la propriété intellectuelle.

13. Parallèlement, une plus forte présence dans les médias a également été assurée pour attirer l'attention sur le travail de l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni et sur l'importance du respect de la propriété intellectuelle. Ces efforts se sont poursuivis en 2014-2015, la campagne s'inscrivant alors dans le cadre d'un objectif ministériel visant à renforcer le respect de la propriété intellectuelle par le biais de collaborations sectorielles : "avec nos partenaires, élaborer et mener une campagne visant à promouvoir la compréhension et le respect de la propriété intellectuelle parmi les consommateurs et les jeunes. Au cours de la première année, la campagne diffusera des messages dans les médias visant plus de quatre millions de personnes"<sup>5</sup>. À la fin du mois de mars 2015, la campagne avait touché plus de sept millions de personnes avec des partenariats dans toute l'industrie cinématographique et musicale.

#### 3.1 NANCY AND THE MEERKATS



14. Pour s'adresser à notre jeune public, l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni travaille en partenariat avec FunKids Radio. FunKids a élaboré une série d'émissions de radio pour les moins de 12 ans qui racontent l'histoire de Nancy and the Meerkats, un groupe de musique pop en quête de succès mais qui rencontre divers problèmes de propriété intellectuelle en cours de route. La série aborde l'ensemble des questions de propriété intellectuelle avec

<sup>5</sup> [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/319991/about-plan2014.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/319991/about-plan2014.pdf).

légèreté, soulignant l'attachement émotionnel que l'on peut avoir pour ses propres créations et les raisons de respecter cet état de fait. La série a réuni 344 000 auditeurs et donné lieu à 963 téléchargements de podcasts. Une deuxième série a été développée au début de 2015, étayée par des ressources en ligne et des histoires locales au gré de la tournée des *Meerkats* dans tout le Royaume-Uni.

15. Vous trouverez plus d'informations sur Nancy and the Meerkats sur le site Web de FunKids [www.funkidslive.com/features/nancy-and-the-meerkats](http://www.funkidslive.com/features/nancy-and-the-meerkats).

### 3.2 CONCOURS DE CONCEPTION GRAPHIQUE SUR LE THÈME DE SHAUN LE MOUTON (SHAUN'S CRACKING IDEAS DESIGN CHALLENGE)

16. L'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni entretient une relation de longue date avec le studio Aardman Animations et organise depuis plusieurs années son concours d'idées géniales Cracking Ideas. Mettant en scène les personnages de Wallace et Gromit et de Shaun le mouton, le concours fait appel à un ensemble de ressources pour aider les enseignants à intégrer la propriété intellectuelle dans les principales matières des programmes d'études (mathématiques, anglais, art, dessin et technologie). Le concours Cracking Ideas présente la notion de propriété intellectuelle à nos futurs innovateurs et souligne l'importance de protéger l'innovation et la créativité. Bien qu'étant destiné aux participants âgés de 4 à 16 ans, il intéresse plus particulièrement les jeunes de 8 à 14 ans. Plus de 3000 inscriptions ont été reçues pour l'édition 2014-2015.



17. Vous trouverez plus d'informations sur le concours Cracking Ideas à l'adresse [www.crackingideas.com](http://www.crackingideas.com).

### 3.3 KARAOKE SHOWER

18. Lancé en 2013, le Karaoke Shower a démarré sa tournée au Music Show de Manchester. Ciblant les jeunes adultes et les adolescents, il s'agit d'une petite cabine dans laquelle les participants sont invités à chanter "sous la douche" et à poster une vidéo de leur prestation sur les médias sociaux. Les participants sont sensibilisés à l'importance du droit d'auteur et à la valeur de l'industrie musicale britannique. Cela permet ensuite de promouvoir nos messages appelant au respect de la propriété intellectuelle ainsi que nos autres produits. Le Karaoke Shower a déjà parcouru quelque 1600 kilomètres et accueilli plus de 12 000 chanteurs dans le cadre de The Big Music Project (l'événement organisé par l'industrie musicale britannique pour promouvoir la carrière de jeunes talents). Il s'est déroulé dans des écoles, des centres commerciaux, lors de manifestations et au palais de Westminster.

19. Un court-métrage sur le Karaoke Shower peut être visionné à l'adresse [www.youtube.com/watch?v=nNwktDM4uJU](http://www.youtube.com/watch?v=nNwktDM4uJU).

### 3.4 CREATING MOVIE MAGIC

20. L'initiative Creating Movie Magic fournit des ressources didactiques destinées aux élèves de l'école secondaire, notamment des notes pédagogiques, des liens avec les programmes d'études et des activités visant à étayer l'enseignement de la propriété intellectuelle dans le domaine du design et des technologies aux élèves du cycle key stage 3



(11 à 14 ans). Le but est de sensibiliser les jeunes à la valeur et à l'importance du droit d'auteur pour la créativité, en les encourageant à visionner les films en toute légitimité sur des canaux légaux comme FindanyFilm.com.

21. Les enfants ont été invités à utiliser toutes les connaissances ainsi acquises pour imaginer une idée de court-métrage valorisant les efforts et les compétences nécessaires pour créer la magie du cinéma. C'est le studio Aardman Animations qui a donné vie au scénario primé, *Zombie Fairy*. Cette ressource a été financée par l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni et mise au point par Industry Trust et Into Film. On a recensé plus de 5000 téléchargements du matériel didactique de *Creating Movie Magic* et *Zombie Fairy* a été visionné 270 000 fois dans le cadre du Festival Into Film 2014.

22. Le Times Education Supplement a décerné à *Creating Movie Magic* ses cinq étoiles tant convoitées pour sa pertinence pour le programme d'études national de 2014.

23. Vous trouverez plus d'informations sur l'initiative *Creating Movie Magic* sur le site Web d'Into Film à l'adresse : [www.intofilm.org/creating-movie-magic](http://www.intofilm.org/creating-movie-magic).

24. *Zombie Fairy* peut être visionné à l'adresse : [www.youtube.com/watch?v=gQgO0F7-Apo](http://www.youtube.com/watch?v=gQgO0F7-Apo).

### 3.5 APPLICATION MUSIC INC.

25. Music Inc. est un jeu téléchargeable destiné aux jeunes âgés de 14 à 18 ans, qui donne aux participants un aperçu de l'industrie musicale moderne tout en les informant sur certains aspects du droit d'auteur. Le jeu a été conçu pour sensibiliser un jeune public aux défis posés par les atteintes au droit d'auteur et permettre de mieux comprendre les avantages du droit d'auteur et les flux de revenus qu'il génère. En partenariat avec UK Music et Aardman Animations, le but était de développer un jeu mettant en scène les différentes étapes de la production musicale et soulignant les problèmes très concrets que pose le piratage. Au gré de la partie, les joueurs choisissent des artistes dont ils soutiennent le talent dans leur quête pour se hisser en tête des ventes et gagner de l'argent.



26. Music Inc. comptabilise plus de 200 000 téléchargements à ce jour et est joué dans le monde entier, notamment à Djakarta, New York, Milan, Paris et Madrid. 76,9% des joueurs optent pour le téléchargement légal.

27. Une bande-annonce de l'application peut être visionnée à l'adresse : [www.youtube.com/watch?v=05lneR4UHxQ](http://www.youtube.com/watch?v=05lneR4UHxQ).

## 4. QUELLES SONT LES PROCHAINES ÉTAPES?

28. Outre les initiatives déjà en cours, il est toujours possible d'exploiter davantage les initiatives existantes et de faire plus. Nous prévoyons donc de lancer un certain nombre d'initiatives nouvelles ou actualisées courant 2015.

### 4.1 THINK KIT – RESSOURCES PÉDAGOGIQUES POUR LE CYCLE KEY STAGE 4 (14 – 16 ANS)

29. De nouvelles ressources pédagogiques sont en cours d'élaboration sur des thèmes qui complètent les connaissances et les compétences pratiques permettant de mieux comprendre les droits de propriété intellectuelle et en bénéficier par la même occasion. Les ressources sont destinées aux étudiants du cycle Key Stage 4 qui font des études commerciales, en sciences de la communication et en design et technologies. Elles s'inspireront des recherches récentes menées par l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni sur la situation actuelle de

l'enseignement de la propriété intellectuelle dans les écoles britanniques et sur les différentes méthodes appliquées. Les ressources seront lancées à l'automne 2015 et publiées sur le nouveau site [crackingideas.com](http://crackingideas.com).

#### 4.2 SITE WEB – WWW.CRACKINGIDEAS.COM

30. L'objectif ministériel du plan directeur pour 2015-2016 de l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni est de "lancer une nouvelle plate-forme en ligne réunissant du matériel pédagogique pour toutes les formes de propriété intellectuelle et augmenter la fréquentation de ce site Web de 7,5% par rapport au précédent site Web".

31. À cet effet, un nouveau site Web ([www.crackingideas.com](http://www.crackingideas.com)) réunira toutes les ressources pédagogiques de l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni et de ses principaux partenaires sous une seule et même enseigne dispensant éducation et soutien en matière de propriété intellectuelle. S'adressant aux enseignants (écoles primaires et secondaires), le site Web deviendra un portail Internet complet traitant de tous les aspects de l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni visant à appuyer les programmes d'études britanniques et des gouvernements décentralisés du Royaume-Uni pour les élèves de 4 à 18 ans, et présentant des conseils et des orientations pour les écoles sur la propriété intellectuelle. Le lancement du site est prévu à l'automne 2015.

#### 4.3 CREATING MOVIE MAGIC 2 – KEY STAGE 2

32. *Creating Movie Magic (Key Stage 2)* présentera aux apprenants âgés de 7 à 11 ans les notions de création de contenu et de propriété des contenus dans le domaine cinématographique, les encourageant à respecter la propriété intellectuelle et leur donnant envie de la préserver à l'avenir. Le matériel proposé sera lié aux programmes d'études, l'accent étant mis sur la littérature, le design et les technologies ainsi que l'art et le graphisme, et sera conçu de manière à pouvoir être utilisé facilement en classe.

### 5. CONCLUSION

33. Dans l'environnement connecté dans lequel nous vivons, même la population très jeune consomme de la propriété intellectuelle, en accédant régulièrement et de manière indépendante au contenu numérique en ligne. Les jeunes participent aussi à la création de propriété intellectuelle. Ils sont nombreux à quitter l'école ou l'université pour faire carrière dans des secteurs dépendant de la création de propriété intellectuelle et à développer des entreprises qui reposent sur leur propre inventivité et créativité. Une connaissance de base de la propriété intellectuelle et le respect des droits de propriété intellectuelle d'autrui constituent donc des atouts essentiels pour réussir dans la vie. Or, la propriété intellectuelle est trop souvent ignorée dans notre système éducatif. Pour nous, veiller à ce que la génération suivante dispose des connaissances nécessaires pour réussir dans un monde compétitif et soit incitée à respecter les efforts que d'autres ont investi dans la mise au point de nouveaux produits, de nouvelles images ou de nouvelle musique est une priorité absolue dans le cadre plus large de notre travail pour faire mieux connaître la propriété intellectuelle.

[Fin du document]