

OMPI MAGAZINE

SEPTEMBRE 2022

N° 3



Stogie T : hip-hop, propriété intellectuelle et spectacle

p. 8



Tout le monde peut lutter contre la pénurie d'eau avec Hydraloop

p. 2



Protéger le patrimoine culturel de la Serbie: le cas du "Kilim de Pirot"

p. 33



Bâtir un avenir durable grâce aux savoirs traditionnels en Nouvelle-Calédonie

p. 25

Chères lectrices, chers lecteurs,

Nous avons le plaisir de vous informer qu'à partir de janvier 2023, le Magazine de l'OMPI passera à un format exclusivement numérique.

Cette évolution nous permettra de vous fournir plus régulièrement des informations sur les thèmes d'actualité liés à la propriété intellectuelle, à l'innovation et à la créativité. Elle s'inscrit également dans la volonté de l'Organisation de réduire son empreinte carbone.

Pour vous abonner à la version numérique du Magazine de l'OMPI, veuillez vous rendre à l'adresse https://www3.wipo.int/newsletters/fr/#wipo_magazine.



Table des matières

- 2 Tout le monde peut lutter contre la pénurie d'eau avec Hydraloop
- 8 Stogie T: hip-hop, propriété intellectuelle et spectacle
- 13 Le sport électronique: aperçu d'une frontière (relativement) nouvelle dans le domaine du divertissement numérique
- 19 Économie numérique: à la recherche de nouveaux mécanismes de gouvernance
- 25 Bâtir un avenir durable grâce aux savoirs traditionnels en Nouvelle-Calédonie
- 33 Protéger le patrimoine culturel de la Serbie: le cas du "Kilim de Pirot"
- 39 La Chine met à profit la chaîne de blocs pour faire avancer le développement de "tribunaux intelligents" [tribunaux Internet]
- 43 L'image de marque d'une nation: bien plus qu'un symbole cosmétique

Remerciements:

- 2 **Marcelo di Pietro Peralta**, Programme de Prix de l'OMPI, OMPI
- 8 **Nadine Hakizimana**, Secteur des enjeux et des partenariats mondiaux, OMPI
- 13 **Paolo Lanteri**, Division du droit d'auteur, OMPI
- 19 **Ulrike Till** et **Alica Daly**, Division de la propriété intellectuelle et des technologies de pointe, OMPI
- 25 **Daphné Zografos-Johnsson** et **Leticia Caminero**, Division des savoirs traditionnels, OMPI
- 33 **Ryszard Frelek**, Division des pays en transition et des pays développés, et **Alexandra Grazioli**, Service d'enregistrement de Lisbonne, OMPI
- 39 **Deng Yuhua**, Bureau de l'OMPI en Chine
- 43 **Marcus Höpferger**, Département des marques, des dessins industriels et des indications géographiques, OMPI

Rédaction: **Catherine Jewell**

© OMPI, 2022



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

L'utilisateur est libre de reproduire, de diffuser, d'adapter, de traduire et d'interpréter en public le contenu de la présente publication, y compris à des fins commerciales, sans autorisation explicite, pour autant que l'OMPI soit mentionnée en tant que source et que toute modification apportée au contenu original soit clairement indiquée.

Les adaptations, traductions et contenus dérivés ne peuvent en aucun cas arborer l'emblème ou le logo officiel de l'OMPI, sauf s'ils ont été approuvés et validés par l'OMPI. Pour toute demande d'autorisation, veuillez nous contacter via le site Web de l'OMPI.

Lorsque le contenu publié par l'OMPI comprend des images, des graphiques, des marques ou des logos appartenant à un tiers, l'utilisateur de ce contenu est seul responsable de l'obtention des droits auprès du ou des titulaires des droits.

Pour voir un exemplaire de cette licence, veuillez consulter l'adresse suivante: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.fr>

Images de couverture:

De gauche à droite:

OMPI/Berrod; avec l'aimable autorisation d'Hydraloop; © Slavica Ćirić

Image principale:

Quentin Fahrner / Unsplash

Tout le monde peut lutter contre la pénurie d'eau avec Hydraloop

Catherine Jewell, Division de l'information et de la communication numérique, OMPI



Photo: OMPI/Berrod

(De gauche à droite: Arthur Valkieser, Sabine Stuiwer, Daren Tang, Directeur général de l'OMPI, S.E. Mme Tatiana Molcean, ambassadrice de la République de Moldova auprès de l'Office des Nations Unies à Genève et présidente de l'Assemblée générale de l'OMPI.)
En juillet 2022, Hydraloop, fondée par Arthur Valkieser et Sabine Stuiwer, figurait parmi les cinq lauréats de la première édition des Prix mondiaux de l'OMPI, qui récompensent les petites et moyennes entreprises (PME) qui utilisent la propriété intellectuelle pour améliorer les choses au niveau national et à l'étranger.

Hydraloop, un système décentralisé de recyclage des eaux grises, permet aux ménages de réduire leur consommation d'eau et leurs émissions d'eaux usées jusqu'à 45%. À l'heure où la hausse des températures fait des ravages dans le monde entier, provoquant pénuries d'eau et sécheresses, la mise à disposition de cette solution de traitement de l'eau primée arrive à point nommé.

Arthur Valkieser et Sabine Stuiwer, le couple de Néerlandais à l'origine d'Hydraloop, se sont donné pour mission de faire face à l'aggravation de la crise de l'eau dans le monde. En 2015, les deux entrepreneurs en série

sont sortis de leur retraite pour mettre au point leur système décentralisé et convivial de traitement de l'eau dans les foyers. Hydraloop figure parmi les cinq lauréats du premier Prix mondial de l'OMPI pour les PME, annoncé au début de l'été. Selon eux, le fait de remporter le prix de l'OMPI est un coup d'accélérateur qui favorisera le déploiement de leur ingénieuse solution de traitement de l'eau à l'échelle mondiale.

Qu'est-ce qui vous a poussés à vous lancer dans le recyclage de l'eau et à mettre au point Hydraloop?

S. Stuiver: Les ressources en eau douce de notre planète sont limitées. Le changement climatique provoque de graves sécheresses et le stress hydrique est un problème dans de nombreux pays, y compris en Europe. D'après les estimations, d'ici 2030, jusqu'à 700 millions de personnes pourraient être déplacées dans le monde en raison de la pénurie d'eau. Pourtant, nous continuons à utiliser de l'eau douce pour tirer la chasse d'eau des toilettes, laver le linge et arroser nos jardins. Cela n'a tout simplement aucun sens. C'est pourquoi, lorsque Arthur a eu l'idée de créer un système décentralisé de recyclage des eaux grises, nous nous sommes sentis obligés d'agir. Nous sommes donc sortis de notre retraite dans le sud de la France et sommes revenus aux Pays-Bas pour mettre au point la technologie et démarrer l'entreprise.

A. Valkieser: D'ici 2050, la planète comptera 2 milliards d'habitants de plus et nous aurons besoin de 55% d'eau en plus par rapport à notre consommation actuelle, alors je ne pouvais pas laisser cette idée de côté. Je devais en faire quelque chose. La crise actuelle de l'eau est un signal d'alarme pour ceux d'entre nous qui ont ignoré tous les avertissements concernant le manque croissant d'eau, mais la bonne nouvelle est que nous pouvons contribuer à résoudre cette crise nous-mêmes en utilisant l'eau deux fois.

Aviez-vous une formation en génie hydraulique?

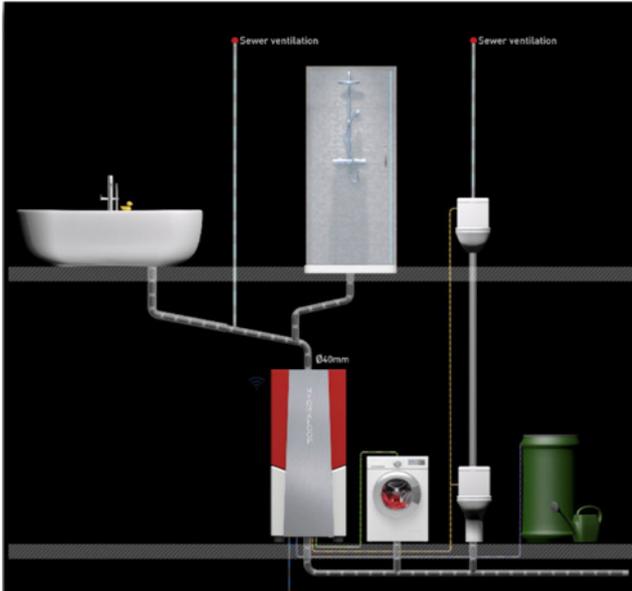
A. Valkieser: Pas du tout. Je dirigeais une grande entreprise de médias aux Pays-Bas. Mais, à bien des égards, ce fut un avantage, car je n'avais pas d'idées préconçues. Je n'étais pas limité par une formation officielle. Je savais ce que je voulais réaliser et j'ai essentiellement procédé par tâtonnement et expérimentation. Les défis étaient nombreux, mais j'ai appris qu'un problème est en fait un cadeau car sa résolution vous permet d'améliorer ce que vous faites.

Les unités Hydraloop ont un design sobre et élégant. Qu'est-ce qui a motivé cette approche conceptuelle?

S. Stuiver: Nous nous adressons aux nombreuses personnes qui souhaitent contribuer à une planète plus durable. Notre solution devait donc être conviviale pour le consommateur, sans compromis en termes de confort ou d'hygiène. Il était clair pour nous que notre produit devait être compact, nécessiter peu d'entretien et être esthétique, car l'aspect visuel est primordial.

Comment fonctionne Hydraloop

Photo: avec l'aimable autorisation d'Hydraloop



Collecte des eaux grises faiblement contaminées

Hydraloop collecte l'eau du bain, de la douche, de la machine à laver et du sèche-linge, ainsi que l'eau de condensation des pompes à chaleur et des climatiseurs.



Purification des eaux grises à la source

La technologie durable d'Hydraloop traite les eaux grises en six étapes, ce qui permet d'obtenir une eau propre, sûre et désinfectée pour des utilisations d'eau non potable.



Réutilisation de l'eau purifiée

L'eau traitée est redistribuée dans les toilettes, les machines à laver et peut servir éventuellement à l'irrigation des jardins et/ou au remplissage des piscines.

A. Valkieser: Nous nous distinguons vraiment par notre design, mais aussi parce que notre système traite les eaux grises (provenant des douches, des machines à laver, des climatiseurs, etc.) sans utiliser de filtres, de membranes ou de produits chimiques. Notre technologie brevetée traite et nettoie les eaux usées conformément aux normes internationales les plus strictes, mais sans utiliser de filtres qui peuvent se boucher et nécessitent un entretien coûteux.

Quels sont les avantages d'Hydraloop sur le plan environnemental?

A. Valkieser: Hydraloop économise l'eau et l'énergie et permet aux utilisateurs de réduire leur empreinte carbone. Avec Hydraloop, il est possible de réduire de 45% la consommation d'eau et les émissions d'eaux usées. L'empreinte carbone des utilisateurs s'en trouve réduite, car ils ont moins d'eau à transporter jusqu'à leur bâtiment et les installations de traitement des eaux usées ont moins d'eaux usées à traiter.

S. Stuiver: Chez Hydraloop, nous avons coutume de dire: sagement tu agiras, l'eau deux fois tu utiliseras. Notre système "sitôt installé, sitôt oublié" facilite la vie des utilisateurs sans faire de concessions sur l'hygiène ou la qualité de vie.

Et comment le système fonctionne-t-il?

A. Valkieser: Le système de traitement de l'eau breveté d'Hydraloop combine six technologies différentes: la sédimentation, la flottation, la flottation à l'air dissous, le fractionnement de la mousse, un bioréacteur aérobique et la désinfection de l'eau traitée à l'aide de puissants rayons UV pour produire une eau conforme aux normes internationales les plus strictes. Chaque unité Hydraloop – nous proposons actuellement deux modèles, l'un pour 5 personnes, l'autre pour 12 personnes – est surveillée en ligne 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 via un serveur distant. Les

utilisateurs peuvent surveiller leur consommation d'eau via notre application pour smartphone, qui donne des conseils utiles pour économiser l'eau. J'ai commencé à travailler sur l'Hydraloop à la mi-2015 et nous l'avons mis sur le marché en 2017, sa mise au point a donc pris un peu plus de deux ans.

Quels ont été les temps forts de votre parcours entrepreneurial?

S. Stuver : Nous sommes arrivés sur le marché en novembre 2017, à Aquatech Amsterdam. Les gens faisaient la queue pour nous parler. Nous savions que nous avions quelque chose de spécial, mais nous fabriquions encore les unités dans notre garage. En 2018 et 2019, Hydraloop a été présenté dans 26 expositions en Europe, au Moyen-Orient, en Afrique du Sud et aux États-Unis d'Amérique. Nous étions comme des missionnaires expliquant pourquoi le recyclage décentralisé de l'eau est si important. Pour notre vingt-septième exposition, en janvier 2020, nous étions au Consumer Electronics Show (CES) de Las Vegas où nous avons remporté quatre prix : a) Best of innovation : sustainability, eco design and smart energy, b) Best sustainable product, c) Best startup company et d) Best of the Best, devant le pion aux 20 000 autres produits exposés dans ce salon. Cela nous a fait connaître et nous a donné une énorme visibilité.

Et les moments difficiles?

S. Stuver : Après Las Vegas, nous devons vraiment développer l'entreprise en termes de personnel, de production et d'investissement. Jusque-là, nous avons financé Hydraloop à titre privé. Les investisseurs se bousculaient au portillon après le CES, mais le COVID a stoppé net leur élan. Nous avons vécu une période très incertaine et délicate, mais pour notre petite équipe de direction et nos actionnaires, abandonner n'était pas une option. Peu après, nous avons trouvé des investisseurs et l'aventure a redémarré. Une nouvelle tournée est prévue l'an prochain et nous sommes optimistes car nous avons créé une marque forte, que beaucoup de gens connaissent déjà. Maintenant nous allons partir à la conquête des marchés internationaux.

Comment envisagez-vous de passer à l'échelle mondiale?

A. Valkieser : Nous sommes convaincus que l'installation de systèmes d'eau décentralisés deviendra une norme du code du bâtiment, au même titre que les pompes à

chaleur et les climatiseurs. C'est un marché gigantesque et la seule façon de mondialiser nos activités est de conclure des partenariats.

S. Stuver : Nous avons déjà 140 partenaires dans 50 pays qui vendent des unités de la marque Hydraloop. Il s'agit d'entreprises de plomberie, d'hôtels, d'architectes, de fournisseurs de produits de jardinage et d'entreprises de produits liés à l'eau qui souhaitent inclure des produits durables comme Hydraloop dans leur portefeuille. Nous sommes également en discussion avec plusieurs grandes entreprises de produits blancs (appareils électroménagers). Nous étudions différentes options, telles que la commercialisation conjointe et l'association de marques pour une marque blanche ou des accords de licence, notamment dans les pays où nous ne sommes pas présents. De cette façon, notre technologie peut être fabriquée localement et à moindre coût. Mais nous avons besoin d'investissements. Sans cela, impossible de conquérir le marché mondial.

Le monde est-il prêt pour des systèmes de traitement de l'eau à domicile comme Hydraloop?

A. Valkieser : Hydraloop ouvre la voie. Le marché est là, mais certaines réglementations doivent être adaptées. Le terrain n'est souvent pas prêt pour accueillir les nouveautés. C'est pourquoi, en plus de diriger l'entreprise, je suis également expert au Comité européen de normalisation, pour lequel j'ai corédigé la norme sur la récupération des eaux de pluie et le recyclage des eaux pour les applications non potables. Dans chaque pays, des lois et des réglementations différentes ont été instaurées il y a longtemps. Elles faisaient sens à l'époque, mais beaucoup ne sont plus pertinentes aujourd'hui et empêchent les innovations d'arriver sur le marché. Il est donc important d'élaborer de nouvelles normes pour la gestion des eaux usées et de supprimer celles qui sont désormais inutiles. Je suis également membre du conseil d'administration de Water Europe, qui encourage l'innovation dans le domaine de l'eau en Europe. J'y vois un moyen important de trouver des solutions aux problèmes liés à la gestion de l'eau en Europe. Des rapports rédigés il y a 10 ans prédisaient déjà la situation dans laquelle nous nous trouvons aujourd'hui, mais personne n'agit sur la base d'un rapport. Il faut malheureusement que nous ressentions d'abord la souffrance pour nous décider à faire bouger les choses. Actuellement, nous avons besoin de politiciens avisés et prêts à agir. Et nous avons besoin de fonds pour mettre en œuvre les solutions car elles ne seront pas gratuites.

S. Stuiver: Je fais partie du Comité consultatif sur les politiques de Water Europe, qui sensibilise à la valeur de l'eau pour notre société et notre économie. Le comité fait également pression pour l'inclusion et l'adoption de solutions et d'approches innovantes dans l'élaboration des politiques et de la législation européennes. L'innovation est au premier plan et il existe des solutions économiquement et techniquement viables pour résoudre la crise de l'eau. C'est une excellente nouvelle, mais dans de nombreuses régions, l'eau est encore très bon marché. Nous plaidons donc en faveur de trois choses : premièrement, que les dispositifs permettant d'économiser l'eau fassent partout partie intégrante des codes du bâtiment; deuxièmement, que les constructeurs et les utilisateurs finaux soient activement encouragés à utiliser ces dispositifs; et troisièmement, que des systèmes de tarification différenciée soient introduits afin que les gens paient un tarif plus élevé s'ils utilisent plus d'eau que d'habitude. Cela favorisera une prise de conscience de la véritable valeur de l'eau et garantira qu'elle soit utilisée de manière responsable.

Quel rôle la propriété intellectuelle joue-t-elle dans votre entreprise?

S. Stuiver: La propriété intellectuelle a aidé Hydraloop sur tous les fronts : en finançant notre mission et en nous permettant d'accroître la production et les ventes de façon exponentielle pour devenir un leader du marché dans ce domaine. Notre but est d'intégrer Hydraloop dans un grand nombre de nouveaux bâtiments et habitations dans le monde entier au cours des prochaines décennies. Cela signifie que nous devons collaborer avec des tiers tout en nous protégeant. La propriété intellectuelle rend cela possible.

A. Valkieser: Nous avons compris dès le départ que nous avons besoin de la propriété intellectuelle. Nous n'allions pas investir autant de temps et d'énergie dans le développement de notre idée et courir le risque que quelqu'un d'autre la copie.

S. Stuiver: Nous avons mis au point un produit breveté que tout le monde peut utiliser moyennant paiement et nos droits de propriété intellectuelle nous permettent d'augmenter la production, la commercialisation et les ventes. Grâce à des accords de licence, nous pouvons nous associer à d'autres entreprises et déployer très rapidement ce produit indispensable partout dans le monde. La propriété intellectuelle a également considérablement renforcé l'attrait de notre entreprise pour les investisseurs. Outre notre équipe, c'est la propriété intellectuelle qui protège l'entreprise et lui donne de la valeur.

Pourquoi était-il important pour Hydraloop d'être certifié de manière indépendante?

A. Valkieser: Tout d'abord, la certification nous a permis d'entrer sur le marché. Ensuite, la compréhension des exigences des organismes de certification m'a aidé à concevoir Hydraloop. Je voulais répondre aux exigences du certificat le plus strict, à savoir le NSF/ANSI-350 aux États-Unis d'Amérique. Si ces certifications ne vous disent pas comment traiter l'eau, elles vous indiquent l'objectif à atteindre. Elles m'ont donné la direction à suivre pour mettre au point le système qui est maintenant breveté.

Comment voyez-vous l'avenir?

S. Stuiver: Nous sommes confrontés à une crise mondiale de l'eau et sans eau, nous ne pouvons pas survivre. L'eau, c'est la vie. Beaucoup de gens ne réalisent pas à quel point l'eau est essentielle au bien-être social, au développement économique, à la

Hydraloop, un système décentralisé de recyclage des eaux grises, permet aux ménages de réduire de 45% leur consommation d'eau et leurs émissions d'eaux usées.



Photo: avec l'aimable autorisation d'Hydraloop

croissance des entreprises et à la santé des écosystèmes naturels. La bonne nouvelle est que nous pouvons résoudre cette crise. Les solutions sont déjà là. Il nous suffit de les mettre en œuvre!

A. Valkieser: Notre vision est que dans 10 ans, les systèmes décentralisés de recyclage de l'eau seront installés dans chaque bâtiment comme un élément standard des codes du bâtiment partout dans le monde. Et nous voulons avoir un impact tangible sur la crise mondiale de l'eau en devenant un leader du marché dans ce domaine.

Que signifie le fait de remporter le Prix mondial de l'OMPI pour les PME?

S. Stuver: Cela signifie beaucoup. Tout d'abord, c'est une fierté car ce prix récompense l'invention d'Arthur et tous les efforts consentis. Ce fut un parcours digne des montagnes russes. Ensuite, cela nous donne plus de visibilité et de crédibilité pour poursuivre notre mission, car ce que nous faisons est vraiment important. Nous ne sommes pas là pour vendre un produit. Nous voulons changer le monde.

Quels conseils donneriez-vous à d'autres PME qui se lancent dans une aventure commerciale?

A. Valkieser: Ne renoncez jamais!

Stogie T : hip-hop, propriété intellectuelle et spectacle

Catherine Jewell, Division de l'information et de la communication numérique, et Edward Harris, Section de l'information et des médias, OMPI



Stogie T en spectacle lors d'un événement au siège de l'OMPI à Genève en avril 2022, à l'occasion de la Journée mondiale de la propriété intellectuelle 2022.

En 2016, l'artiste pionnier du hip-hop sud-africain, Tumi Molekane, le chanteur principal du groupe aujourd'hui disparu Tumi and the Volume, a lancé sa carrière solo sous le nom de Stogie T. Cet artiste de rap populaire a récemment accordé une longue interview au *Magazine de l'OMPI* dans laquelle il nous parle de sa passion pour la musique hip-hop, du contrat récemment signé avec Def Jam Africa, et de l'importance qu'il y a pour les jeunes musiciens à comprendre de quelle manière protéger et gérer leurs droits de propriété intellectuelle.

Pourquoi la musique est-elle importante pour vous?

La musique, c'est, pour moi, la seule façon d'être au monde. Comme musicien, je suis utile à ma communauté, à mon pays et au monde. C'est la musique qui me fait me lever tous les matins.

Qu'est-ce qui vous a attiré dans le hip-hop?

Le hip-hop était la forme de musique la plus vibrante dans les années 1980, l'époque où j'ai grandi. Pour moi, le hip-hop a toujours été "branché". Cette musique me parlait. J'ai moi aussi le don de parler vite. Et puis, un jour, quelqu'un m'a donné de l'argent pour ce que je croyais n'être qu'une passion et, comme on dit, le reste appartient à l'histoire.

Parlez-nous de votre évolution musicale.

J'ai commencé comme rappeur de rue, avec tous mes amis rappeurs. C'était excitant, jusqu'à ce que j'en ressentie les limites. Jusqu'à ce que je comprenne que ça ne me permettait pas de déclamer toute la poésie que je lisais, tout le Tchaïkovski dont j'étais tombé amoureux. Alors, la parole m'est apparue comme une meilleure option. Mais j'avais aussi en moi ce truc du rap avec la musique et les rythmes. Tout ça a fini par fusionner en un groupe appelé Tumi and the Volume, qui était moi, en tant qu'artiste de la parole, avec un groupe de musiciens interprétant ma poésie. J'ai joué partout dans le monde avec le groupe, mais ça voulait dire que ce que j'avais construit en Afrique du Sud commençait à s'éteindre. J'ai donc décidé d'enregistrer un morceau de hip-hop classique en solo, pour que le nom reste un symbole du genre hip-hop dans mon pays.

À l'époque, en Afrique du Sud, il y avait une véritable scène pour ce genre, avec sa poésie et ses styles variés, et une autre scène pour le hip-pop classique, et les deux ne se sont jamais vraiment rencontrées. C'était extrêmement frustrant et, parce que je voulais me présenter partout tel que j'étais vraiment – la sincérité, l'honnêteté et l'authenticité ont toujours caractérisé mon travail – j'ai trouvé qu'il serait incroyablement malhonnête de continuer de faire quelque chose juste à cause d'un public qui voulait que je le fasse. Et puis, en vieillissant, j'avais d'autres priorités, mon univers avait changé et je voulais continuer d'évoluer comme artiste. Je voulais me faire l'interprète d'un plus grand nombre de sujets et permettre aux histoires sud-africaines de s'exprimer. J'ai donc décidé de changer mon nom en Stogie T.

Pourquoi Stogie T?

J'aime vraiment les cigares et "stogie" est un autre nom pour cigare en anglais, ce qui traduit pour moi l'idée de l'habileté et du temps qu'il faut pour fabriquer un cigare, savoir comment on le savoure et prendre le temps de l'apprécier. C'est comme ça que j'aborde mon art.

Vous avez récemment signé avec Def Jam Africa. Qu'est-ce que ça signifie pour vous?

Def Jam Africa est une filiale de Def Jam Music, qui a un héritage incroyable en termes de musique hip-hop. Signer avec Def Jam Africa, c'est un rêve qui devient réalité. C'est aussi un pas dans la bonne direction, dans la mesure où ça va permettre à ma musique de toucher un public dans le monde entier.

Pourquoi est-ce important pour les artistes de conserver les droits sur leurs créations?

Je me rappelle le jour où j'ai dit à ma mère qu'il me fallait de l'argent pour un studio. Elle m'a demandé pourquoi et je me souviens lui avoir répondu : je vais tout t'expliquer. Je suis à la maison et je trouve une idée et j'ai un ami qui trouve comment faire les rythmes,



Photo: OMP/Barrod

“J’aimerais qu’il y ait plus d’espace pour les voix qui sortent du hip-hop traditionnel, pour nous apporter une perspective plus globale de ce genre musical”, déclare Stogie T.

et c’est notre idée, ce sont nos rythmes. Et alors, on va voir un type et on enregistre avec lui, et si on ne peut pas le payer, on doit partager la propriété de l’enregistrement avec lui. Ensuite, arrive un autre type et on doit partager les recettes avec lui aussi. Maman, toi, tu vas au travail, tu fais tes heures et tu es payée. Moi, j’adorerais faire pareil. Mais en l’état actuel des choses, le type avec qui j’enregistre veut que je fasse autre chose autre parce qu’il pense que ma façon de faire ne marchera pas. Du coup, je dois faire ça tout seul.

La notion d’indépendance m’a appris que je devais me protéger par tous les moyens. Ça a commencé par mes paroles, que je m’envoyais par mail pour prouver que je les avais écrites. Et puis, j’ai découvert qu’il y a des organismes de perception qui défendent nos droits, et des éditeurs de musique qui peuvent nous aider à tirer parti de la valeur de nos droits et à promouvoir notre travail. J’ai appris sur le tas.

Je dis à tous les jeunes de 18 ans qui veulent faire du rap qu’il suffit de passer juste une heure à comprendre ce qu’est l’édition musicale, ce qu’est la propriété intellectuelle, ce que sont les redevances et ce que sont leurs droits, pour en faire bien plus pour leur musique que les trois heures qu’ils passent sur YouTube à essayer de voir comment mixer un nouveau rythme de percussion. Aujourd’hui, avec la technologie, il n’y a quasiment plus de barrière d’accès à la musique. Ça rend les musiciens vulnérables et ça suppose qu’ils soient informés sur la propriété intellectuelle.

Les musiciens perçoivent souvent les maisons de disques comme le “grand méchant loup” et ces dernières, pour leur part, ont une attitude envers les artistes sur le mode “vous ne savez pas de quoi vous parlez”. Il est de l’intérêt de tous que les artistes

comprennent le langage de l'industrie musicale et aient une vision claire de leurs droits, de ce qu'ils signifient et de la façon de les protéger et d'en tirer parti.

Qu'est-ce qui distingue le hip-hop sud-africain et l'évolution qu'il a connue?

Lorsque le hip-hop est apparu en Afrique du Sud, il puisait ses racines dans la culture hip-hop traditionnelle du Bronx. C'était du beatbox, du graffiti, du rap, du deejaying, ainsi que l'idée de la connaissance de soi et de l'engagement communautaire. C'est le hip-hop qu'on trouve aujourd'hui au Cap.

Dans le même temps, le hip-hop qui a surgi de Johannesburg avait un net penchant commercial pour le kwaito, le genre le plus répandu à l'époque. Il reflétait le nouvel esprit sud-africain du township sortant de l'ombre. Les types qui faisaient cette musique dans la langue locale sont devenus de grandes stars. Ils se sont mis à marginaliser les artistes hip-hop traditionnels de banlieue qui se produisaient en anglais, langue que la plupart des gens ne comprenaient pas. Mais le kwaito a été rejeté, du moins dans les espaces hip-hop traditionnels. Le hip-hop est incroyablement élitiste. Et rappelez-vous, à cette époque, il émerge, il est jeune et c'est comme un mouvement culte secret pour nous.

J'ai fait mon chemin avec les deux. Nous sortions tous dans les clubs ensemble, et j'ai observé la façon dont les artistes basculaient d'un camp à l'autre, en fonction de ce qui rapportait le plus. Ça m'a donné une perspective intéressante sur l'idée d'authenticité, de maintenir le cap et d'être ce qu'on est, indépendamment de ce qui se passe autour de soi. Ça m'a aussi montré qu'il y a de la valeur dans ce que font ces gars. Mais quant à savoir s'il existe un son hip-hop sud-africain? On en parle beaucoup en ce moment. Est-ce que c'est de l'amapiano? Du kwaito? Nous continuons de créer des sons, et les gens continuent de dire que c'est sans doute ça, le hip-hop sud-africain. C'est peut-être comme ça que se fait cette évolution?

Mais pour moi, si c'est bon et que ça trouve un public, alors c'est génial. Les gens oublient toujours que le hip-hop, c'est de la musique et que ça reflète les gens qui la font. Les jeunes gravitent autour du hip-hop partout dans le monde. C'est comme la religion, dans la mesure où les gens y intègrent leurs propres valeurs. Au Japon, on note un certain penchant pour le hip-hop. Et c'est la même chose en Afrique ou en Afrique du Sud, dans le sens où les gens veulent que le hip-hop incarne ce qu'ils sont. Ils veulent rapper dans leur propre langue et ils veulent y retrouver la musique locale. Et il n'y a rien de mal à ça.

“Il est de l'intérêt de tous que les artistes comprennent le langage de l'industrie musicale et aient une vision claire de leurs droits, de ce qu'ils signifient et de la façon de les protéger et d'en tirer parti.”

Quel est le point culminant de votre carrière?

Oh, ça fluctue, mais je crois qu'aujourd'hui, c'est juste le bonheur de pouvoir continuer à faire du hip-hop et d'avoir pu passer à Stogie T. Je me demande encore comment on a pu y arriver.

Quels sont les grands défis que vous devez relever aujourd'hui en tant qu'artiste?

Ça dépend vraiment du contexte mais, en général, le défi, c'est d'être pris au sérieux, pour que, quand je fais une chanson à laquelle les gens ne s'attendent pas, je sois tout de même perçu comme un rappeur intelligent, qui a une certaine vision du monde et qui est intéressant parce qu'il fait cette "autre" chose.

Comment aimeriez-vous voir évoluer la musique hip-hop?

J'aimerais qu'il y ait plus d'espace pour les voix qui sortent du hip-hop traditionnel, pour nous apporter une perspective plus globale de ce genre musical.

Le streaming a-t-il été un plus pour les artistes?

Le hip-hop a toujours été parmi les premiers à adopter les nouvelles technologies. Il n'y a pas si longtemps en Afrique du Sud, avant l'émergence du streaming, ça faisait partie de la stratégie d'un artiste de faire pirater sa musique en ligne pour que les gens puissent y avoir accès, parce que ça générait des flux de recettes.

De nos jours, comme artiste, on peut faire des tournées, et si on peut prouver à un label qu'en proposant du téléchargement gratuit, on a pu attirer des milliers d'auditeurs, alors il n'est plus obligatoire d'obtenir l'aval d'un label. Ces canaux permettent de générer de nouveaux flux de recettes. Alors, on examine les plateformes de streaming et on se rend compte qu'elles ne payent en réalité personne et qu'elles ne seront jamais notre principale source de revenus. Le streaming, c'est comme une carte de visite: c'est un moyen de familiariser les gens avec

notre musique pendant qu'on profite d'autres canaux pour gagner de l'argent.

Y a-t-il un inconvénient au streaming?

Le problème que j'ai avec le streaming, c'est qu'il ne tient pas compte de la diversité des publics et des marchés. Il ne fait pas de distinction entre un musicien populaire dont les (millions de) fans sont disposés à ne payer que deux centimes pour un stream et, d'un autre côté, un artiste de jazz dont les fans, en nombre plus réduit, sont prêts à payer deux dollars pour écouter ses œuvres. En l'état actuel des choses, l'artiste de jazz ne peut pas en profiter.

Quelle a été votre source d'inspiration pour vos albums *The Empire of Sheep* et *Yeah*?

Empire of Sheep traduit mon ressenti sur ce qu'est l'Afrique du Sud. Comme dans tant d'autres parties du monde, on se trouve malheureusement dans une situation où il est plus important d'avoir des gens qui suivent plutôt que des gens qui guident.

D'où tirez-vous votre inspiration?

Il est parfois difficile d'être face à une situation et de se demander si elle ne pourrait pas être tout autre. Ma plus grande source d'inspiration, à l'heure actuelle, c'est de trouver un sens à cette pandémie dingue dont nous sommes en train de sortir et de la synthétiser dans une collection de chansons.

Quel est votre message à l'intention des jeunes artistes en herbe?

En tant qu'artiste, on a toujours besoin d'un endroit où s'écouter et où bien se représenter sa musique. De nos jours, il est si facile d'avoir un téléphone et se diffuser. Et c'est fabuleux. Mais il n'y a pas d'endroit où confronter ses idées et recevoir un retour honnête. Il est important de s'entourer de gens qui soient honnêtes avec nous sur ce qu'on fait et qui puissent nous aider à orienter notre musique et notre message.

Le sport électronique : aperçu d'une frontière (relativement) nouvelle dans le domaine du divertissement numérique

Andrea Rizzi et Francesco de Rugeriis, Andrea Rizzi & Partners, Milan (Italie)

Seule une infime partie des sports électroniques fait intervenir des simulateurs virtuels de sports traditionnels, comme le football ou le basketball. *League of Legends*, le jeu vidéo développé par Riot Games, est l'un des "e-sports" les plus populaires au monde et pourtant, à première vue, il n'a rien à voir avec un "sport".



Photo: © Riot Games

PARDON, UN E...QUOI?

Selon la définition de l'*Oxford Advanced Learner's Dictionary*, un e-sport est un "jeu vidéo qui se joue comme une compétition mais se regarde comme un divertissement". Même si cette définition est quelque peu approximative, elle rend compte de l'essence du phénomène et nous aide à introduire un **premier point très important**: tout jeu vidéo (qu'il s'agisse de la simulation virtuelle d'une activité sportive traditionnelle, ou non) peut être un sport électronique.



“Le panorama du sport électronique est en pleine expansion et les sports électroniques gagnent en popularité à mesure que les jeux vidéo deviennent un moyen de divertissement et de communication de plus en plus important pour les jeunes générations.”



“Contrairement aux sports traditionnels, où personne ne ‘détient’ le jeu en tant que tel, dans les jeux vidéo, toute une série de personnes (physiques ou morales) peuvent détenir des droits exclusifs sur le jeu ou ses composants.”



Photo: © Riot Games

Seule une infime partie des sports électroniques fait intervenir des simulateurs virtuels de sports traditionnels, comme le football ou le basketball. *League of Legends*, le jeu vidéo développé par Riot Games, est l'un des "e-sports" les plus populaires au monde et pourtant, à première vue, il n'a rien à voir avec un "sport"; c'est un jeu vidéo basé sur des batailles qui se déroulent dans un univers fantastique où des équipes de personnages imaginaires se battent pour remporter la victoire et la gloire.

POIDS DU SPORT ÉLECTRONIQUE

Il faut évaluer le poids du sport électronique à la fois sous l'angle économique et celui de la communication. En termes économiques, le secteur devrait générer 1,38 milliard de dollars en 2022, soit une hausse annuelle de 16,4% par rapport au chiffre de 1,11 milliard en 2021, selon le rapport de Newzoo intitulé *2022 Global Esport & Live Streaming market report*.

Sous l'angle de la communication, le sport électronique peut connecter à la fois les générations plus jeunes et plus âgées, disposant d'une forte capacité de consommation. À ce titre, ces générations deviennent une cible intéressante pour de grandes marques, comme Louis Vuitton et MasterCard, qui n'avaient jusqu'il y a peu aucun lien avec le monde du jeu. La capacité qu'a le sport électronique à toucher un public plus large et plus varié est impressionnante. En 2019, la finale du Championnat du monde de la League of Legends a réuni environ 100 millions de téléspectateurs, tandis que le Superbowl de la NFL n'en a rassemblé "que" 98 millions.

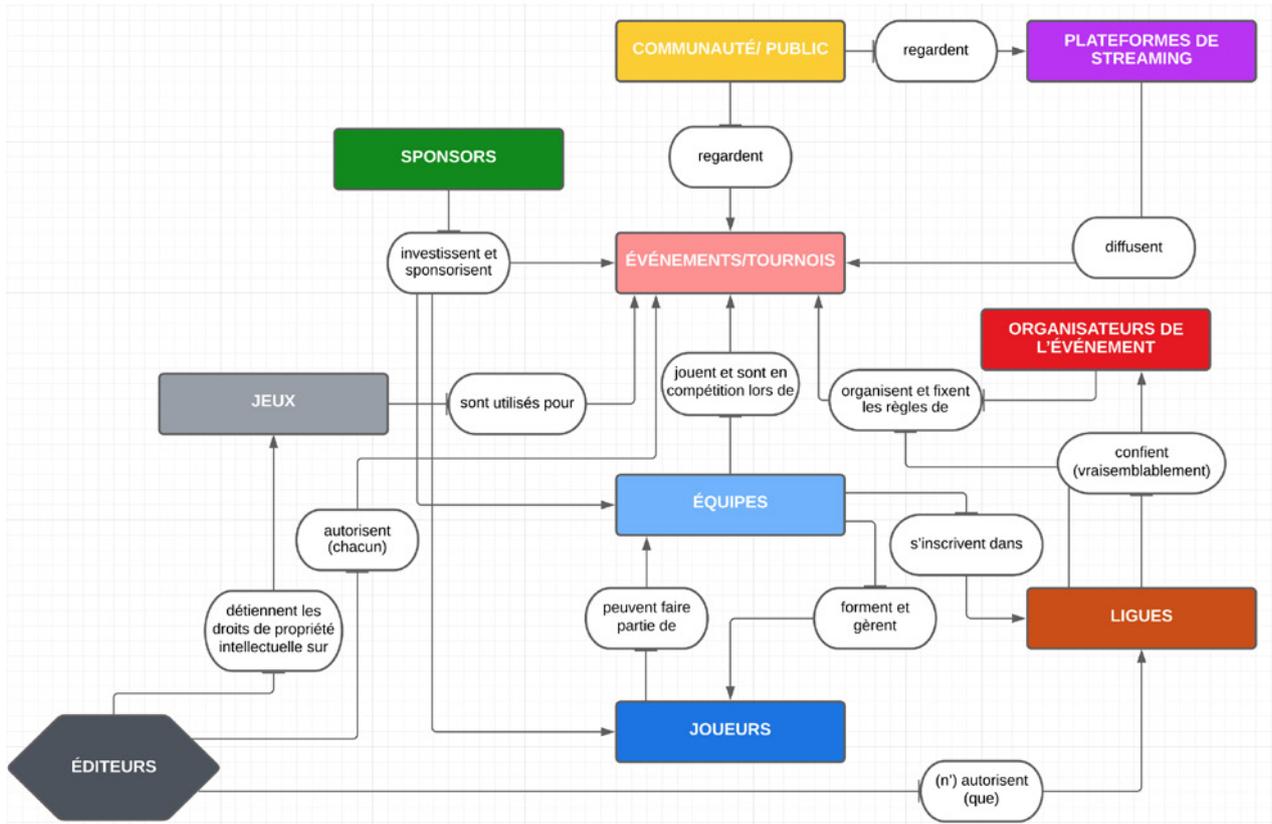
LE SPORT ÉLECTRONIQUE, UN JEU VIDÉO SUSCEPTIBLE DE BÉNÉFICIER DE LA PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Pour qu'il y ait un sport électronique, il faut qu'il y ait un jeu vidéo. Ceci a des implications conséquentes d'un point de vue juridique. Si on considère que le jeu vidéo est, par essence, une couche logicielle (ou un moteur de jeu) au-dessus de laquelle sont installés des composants audiovisuels, comme des animations, des images, du texte, des effets sonores et de la musique, qui sont des objets éligibles à la protection de la propriété intellectuelle, la complexité juridique autour du sport électronique devient plus claire. Le droit d'auteur est incontestablement le droit de propriété intellectuelle dont les jeux vidéo relèvent d'emblée. Cependant, pratiquement toutes les catégories de droits de propriété intellectuelle en relèvent potentiellement.

Sous l'angle européen, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), dans son arrêt *Affaire C-355/12 (Affaire Nintendo)*, a précisé que "les jeux vidéo [...] constituent des **œuvres complexes** qui comprennent non seulement un programme d'ordinateur, mais également des **éléments** graphiques et sonores, qui [...] **sont protégés, ensemble avec l'œuvre entière, par le droit d'auteur** [...]".

Dans la mesure où les droits de propriété intellectuelle sont des droits exclusifs intrinsèquement monopolistiques, leurs titulaires peuvent en principe interdire à d'autres d'utiliser l'objet concerné. Contrairement aux sports traditionnels, où personne ne "détient" le jeu en tant que tel, dans les jeux vidéo, toute

Figure 1 – L'écosystème du sport électronique



Le sport électronique constitue un écosystème complexe de droits de propriété intellectuelle. Une telle complexité se gère au moyen d'un réseau d'accords, dont chacun doit "converser" avec les autres pour éviter d'enfreindre, de quelque façon que ce soit, les droits de propriété intellectuelle de tiers.

une série de personnes (physiques ou morales) peuvent détenir des droits exclusifs sur le jeu ou sur ses composants : les codeurs, les artistes, les auteurs, les compositeurs et les musiciens, pour n'en citer que quelques-uns.

Les droits de propriété intellectuelle sur les jeux vidéo sont généralement détenus ou contrôlés par l'éditeur, qui les acquiert pour en assurer la distribution et l'exploitation commerciale. Cette exploitation se fait essentiellement par la vente de licences aux utilisateurs finaux, en vertu d'un contrat de licence d'utilisateur final assorti de conditions générales de vente. Au titre de ces accords, la licence de l'éditeur se limite pratiquement toujours à une utilisation personnelle ou non commerciale. Ce qui nous amène au **deuxième point fondamental** : contrairement à celle d'un tournoi de football, l'organisation d'un tournoi de sport électronique requiert, en principe, l'autorisation de l'éditeur du jeu vidéo.

LE SPORT ÉLECTRONIQUE, UN ÉCOSYSTÈME COMPLEXE

Voici maintenant le **troisième point d'une importance cruciale** : la présence et l'interaction entre les parties prenantes et leurs droits de propriété intellectuelle respectifs créent un écosystème complexe, comme le montre la figure 1.

Une telle complexité se gère au moyen d'un réseau d'accords, dont chacun doit "converser" avec les autres : si on se trompe, on risque d'enfreindre les droits de propriété intellectuelle

de tiers. En naviguant dans cet écosystème, il est important de ne pas oublier les points clés ci-après.

Tout d'abord, chaque sport électronique est un jeu vidéo doté de ses propres règles intrinsèques, qui résultent des décisions du développeur relatives à la conception du jeu. D'une manière générale, ces décisions ne peuvent être modifiées par l'utilisateur sans autorisation. Ensuite, l'utilisation du jeu vidéo est régie par un contrat de licence. Il peut s'agir d'un contrat de licence d'utilisateur final assorti de conditions générales de vente, ou encore, d'une licence sur mesure octroyée par l'éditeur pour permettre l'organisation d'un tournoi précis. Enfin, dans une compétition de sport électronique, il peut y avoir plusieurs autres parties détentrices de droits de propriété intellectuelle impliqués, ce qui ajoute encore à la complexité du point de vue de la propriété intellectuelle.

Un tournoi de sport électronique peut être organisé par l'éditeur, ou par un tiers organisateur, et avoir ses propres règles (supplémentaires). Toute violation du règlement de l'événement peut entraîner une violation des droits de propriété intellectuelle de l'éditeur ou du tiers organisateur. Un tournoi peut être une compétition organisée une seule fois, ou faire partie d'un événement plus large, comme une ligue, ce qui impliquera des règles supplémentaires.

Les organisateurs du tournoi (que ce soit l'éditeur ou un tiers) monétiseront leurs droits par le biais de contrats de sponsoring avec des marques (éligibles, là encore, à des droits de propriété intellectuelle) ainsi que de droits de diffusion et de streaming accordés à des plateformes de diffusion de contenu (comme Twitch ou YouTube), sur une base en principe exclusive. De plus, le tournoi générera des recettes dérivées de la vente de billets pour l'événement physique ou de celle de produits physiques ou numériques de toute sorte (eux aussi couverts par des droits de propriété intellectuelle).

Et puis, bien sûr, il y a les joueurs et les équipes, qui peuvent avoir leurs propres accords de sponsoring avec des marques et des sponsors d'événements. Les équipes et les joueurs détiennent ou contrôlent des droits sur les images des joueurs et du public qui regarde la compétition. Les téléspectateurs interagissent souvent via les plateformes de streaming (titulaires, elles aussi, de droits de propriété intellectuelle sur leur technologie protégée) et créent potentiellement du contenu qui peut également apporter des droits de propriété intellectuelle supplémentaires en fonction du contrat de la plateforme et des conditions du

contrat de licence de l'éditeur – si tant est que le contenu comprenne un contenu de jeu, quel qu'il soit.

QUESTION FONDAMENTALE: QUI DOIT RÉGULER LE SPORT ÉLECTRONIQUE?

Comme cela arrive souvent avec des phénomènes nouveaux, une large part du sport électronique n'est pas réglementée par les législations nationales. Par conséquent, les éditeurs détenteurs de droits de propriété intellectuelle disposent d'une grande liberté dans la gestion de l'écosystème du sport électronique (dans le cadre du droit commun, notamment des lois relatives à la consommation et de la législation antitrust). Du point de vue de l'éditeur, cette latitude est raisonnable, puisque c'est lui qui assume en principe le financement et la commercialisation de son jeu. C'est aussi l'arrangement le plus efficace, car personne ne comprend mieux que l'éditeur son produit ou son service (ainsi que la communauté d'utilisateurs qui lui est associée). À ce titre, l'éditeur est le mieux placé pour faire prospérer l'écosystème du jeu.

Certains soutiennent, toutefois, que du point de vue du marché du sport électronique, le monopole conséquent que détient l'éditeur individuel sur son jeu n'est pas la solution optimale. Ceux qui voient un risque à laisser l'écosystème entre les mains de l'éditeur soutiennent que les intérêts des autres parties prenantes ne vont pas toujours dans le même sens que ceux de l'éditeur. Ils plaident pour un nécessaire rééquilibrage du pouvoir de l'éditeur, afin de protéger les intérêts et les investissements des tierces parties prenantes.

D'autres préconisent une intervention réglementaire de l'État, qui pourrait prendre deux formes. Premièrement, une réglementation sur mesure (allant d'une "légère" intervention, qui se contenterait de rectifier les défaillances du cadre réglementaire existant, à une intervention législative plus globale). Et deuxièmement, l'inscription du sport électronique dans le cadre réglementaire applicable aux sports traditionnels, le faisant ainsi relever de la compétence du Comité international olympique (CIO).

En avril 2021, le CIO a publié son "Agenda olympique 2020+5", qui note une distinction entre les sports virtuels (c'est-à-dire, les versions virtuelles des sports reconnus) et les jeux vidéo. Tout en reconnaissant l'importance que revêtent les jeux vidéo auprès des jeunes et faire en sorte de les encourager à pratiquer un sport, le CIO indique clairement, dans ses recom-

mandations, vouloir se concentrer sur les sports virtuels, dans lesquels il voit la possibilité pour les fédérations internationales d'assumer des responsabilités en termes de gouvernance et de réglementation (recommandation n° 9). Cette précision du CIO écarte les nombreux sports électroniques qui ne sont pas des simulateurs virtuels de sports traditionnels, auxquels s'applique un régime différent de règlements.

En mai et juin 2021, la première édition des Olympic Virtual Series a été organisée. Les épreuves ont rassemblé des "sportifs électroniques" de sports virtuels (baseball, aviron, cyclisme, voile et sport automobile), avec la participation des cinq fédérations internationales respectivement chargées de chacun de ces sports électroniques.

Même si les rôles et les responsabilités des fédérations, tant au niveau international que national, restent encore à définir, leur inclusion va immanquablement ajouter de la complexité aux écosystèmes du sport électronique. Pourquoi cela? D'abord, parce que les fédérations vont inévitablement imposer des règles supplémentaires aux organisations de sports électroniques, et ensuite, parce que les responsabilités en termes de gouvernance et de réglementation que le CIO envisage pour les fédérations peuvent, si elles ne sont pas gérées avec prudence, provoquer des frictions avec les éditeurs.

Le litige entre le développeur et éditeur Blizzard Entertainment et KeSPA – l'association coréenne du sport électronique créée par le gouvernement sud-coréen pour couvrir la profession localement – donne une idée des problèmes susceptibles de se poser. Le litige portait sur la gestion des droits de télédiffusion relatifs au jeu vidéo Starcraft de Blizzard. Le litige a fini par être tranché (dans des termes qui n'ont pas été divulgués), mais ce, uniquement après que Blizzard a intenté un procès contre KeSPA.

EN RÉSUMÉ

Le panorama du sport électronique est en pleine expansion et les sports électroniques gagnent en popularité à mesure que les jeux vidéo deviennent un moyen de divertissement et de communication de plus en plus important pour les jeunes générations.

Les sports électroniques constituent des écosystèmes complexes, historiquement gérés par les éditeurs, qui ont exploité le pouvoir et la souplesse que leur confèrent les lois et les contrats en matière de propriété intellectuelle, avec peu ou pas d'ingérence des États et de leur législation. Cette situation peut donner lieu à des problèmes, et c'est d'ailleurs souvent le cas. Toutefois, l'absence de règles dédiées au niveau des États laisse une marge pour que les tribunaux et les autorités de régulation appliquent les règlements en vigueur, créés avant l'apparition du sport électronique (p. ex., d'attribution de récompenses sous la forme de trophées souvent dispendieux, ou de réglementation des jeux). Il s'ensuit un risque normatif susceptible de décourager de potentiels investisseurs.

De la même manière, l'absence de règles nationales ad hoc est susceptible de laisser subsister d'importantes lacunes dans le système, comme c'est le cas pour la délivrance de visas pour les joueurs. Ces problèmes se posent lorsque des joueurs se rendent dans un pays étranger pour assister à un événement de sport électronique. En qualité de joueurs électroniques professionnels, ce sont, techniquement parlant, des "travailleurs" et ils doivent, à ce titre, respecter les lois locales en matière d'immigration, qui peuvent exiger un visa de travail. Cependant, il est souvent impraticable, voire impossible, pour un joueur de sport électronique d'obtenir un visa de travail "ordinaire". C'est la raison pour laquelle, dans le cas des sports traditionnels, les athlètes professionnels bénéficient de règles simplifiées, sur mesure, pour leur visa. D'autre part, faire rentrer les jeux vidéo dans le champ de compétence des organisations de sports traditionnels peut ne pas s'avérer pleinement satisfaisant non plus, dans la mesure où un cadre trop réglementé est susceptible de se heurter aux prérogatives des éditeurs.

Il reste à voir quelle forme donner, en termes de gouvernance, au rôle que pourraient jouer les fédérations sportives internationales et nationales, et quelles règles s'appliqueront aux sports électroniques qui ne sont pas des simulateurs virtuels de sports. L'objectif est cependant d'avoir un système de gouvernance qui soit à la fois bénéfique pour le secteur et respectueux des droits de propriété intellectuelle des éditeurs, pour éviter des litiges comme l'affaire Blizzard-KeSPA.

Économie numérique : à la recherche de nouveaux mécanismes de gouvernance

Jiro Kokuryo, Faculté de gestion des politiques de
l'Université Keio, Tokyo (Japon)

L'expansion de l'économie numérique soulève d'importantes questions éthiques à propos de l'utilisation, de la gouvernance et de la réglementation des technologies de l'information, comme les mégadonnées et l'intelligence artificielle (IA). Les spécificités de l'économie numérique, en évolution rapide, décrites ci-dessous amènent à devoir trouver de nouveaux principes philosophiques pour éclairer l'élaboration de politiques de gouvernance numérique efficaces.

Dans la recherche de nouvelles approches de la gouvernance numérique, il nous faut élargir le champ le plus largement possible mais, également, réfléchir à la manière dont les philosophies orientales peuvent éclairer et enrichir les approches de la gouvernance numérique au bénéfice de tous. Il convient, plus spécifiquement, de repenser le rôle de l'individualisme et des institutions modernes qui en découlent, basées sur l'échange de titularité, au profit d'un partage social altruiste des données. Nous devrions également reconnaître que l'homme fait partie intégrante du cosmos, plutôt que d'en être au centre.

POURQUOI LE MODÈLE DE L'ÉCONOMIE INDUSTRIELLE NE PEUT PAS GOUVERNER LE MONDE NUMÉRIQUE

L'économie numérique présente au moins trois caractéristiques distinctes qui la différencient de l'économie industrielle et nous poussent à urgemment repenser les institutions existantes pour les aligner sur l'économie contemporaine.

En premier lieu, l'économie numérique est en train d'être remodelée par "l'externalité des réseaux" de données, par laquelle la valeur des données augmente de façon exponentielle à mesure que celles-ci

“L’expansion de l’économie numérique soulève d’importantes questions éthiques à propos de l’utilisation, de la gouvernance et de la réglementation des technologies de l’information, comme les mégadonnées et l’intelligence artificielle (IA).”

se connectent. Prenons, par exemple, un élément isolé parmi les données (une donnée). À lui seul, il ne génère pas de grande valeur mais, s’il est considéré dans un ensemble de données qui présente un schéma précis, cet élément a bien de la valeur. Cela veut dire que l’entité chargée d’assembler les données jouit d’un monopole sur la valeur qu’elle crée. C’est là une des raisons importantes pour lesquelles la gouvernance des données est un enjeu crucial pour la société. L’externalité des réseaux de données constitue à l’évidence un argument solide en faveur du partage social des données, à l’inverse des revendications de titularité et de limitation d’accès aux données.

La deuxième caractéristique distinctive de l’économie numérique est le coût marginal extrêmement faible des services numériques, où le coût d’ajout d’un autre utilisateur à une plateforme est négligeable par rapport au coût fixe de son développement initial. Cela signifie, concrètement, qu’une gamme croissante de services en ligne peut être proposée gratuitement afin d’attirer l’utilisateur vers une plateforme donnée. Cet aspect de l’économie numérique entraîne un dysfonctionnement de la fixation des prix sur le marché dans l’affectation des ressources, dans la mesure où la demande, et l’offre, de services numériques gratuits échappent aux mécanismes de contrôle des prix qui ont si bien servi l’économie industrielle.

En troisième lieu, l’économie numérique se distingue par la traçabilité renforcée des produits. L’économie industrielle s’est développée à partir d’une hypothèse de capacité réduite à assurer un suivi des produits fabriqués en série, vendus à des clients non identifiables situés dans des endroits éloignés. De nos jours, toutefois, les technologies de l’information, notamment les capteurs, les systèmes d’identification automatique ou encore les technologies sans fil, modifient radicalement notre capacité à localiser et à suivre les produits, à très faible coût, sur les chaînes d’approvisionnement dans tous les secteurs. Les vendeurs peuvent ainsi surveiller la localisation de tous les produits vendus et, pour leur part, les acheteurs sont en mesure d’identifier le vendeur d’origine et de suivre le parcours du produit.

Une traçabilité renforcée favorise l’utilisation partagée des produits gérés au moyen de mécanismes de contrôle. Une illustration pourrait en être l’“économie du partage”, par laquelle les maisons, les voitures, entre autres, sont proposées en tant que services,

soit sur la base d'un abonnement, soit par le biais d'arrangements de location temporaire, et non par l'échange de produits physiques contre de l'argent. La propriété exclusive, en tant que telle, des produits échangés sur le marché, qui était une caractéristique dominante de l'économie industrielle, cesse d'être nécessaire.

Les trois facteurs énoncés ci-dessus démontrent que l'économie numérique est en train de sortir rapidement du cadre des normes de l'économie industrielle, tout en créant de nouvelles forces considérables qui incitent à repenser les fondements philosophiques de la société moderne.

CARACTÉRISTIQUES DE LA SOCIÉTÉ INDUSTRIELLE

Pour appréhender la nécessité de penser sur de nouvelles bases, il faut comprendre la société industrielle.

La production de masse permise par la révolution industrielle nécessitait une distribution des produits à grande échelle sur de vastes marchés. Dépourvue des puissantes technologies de communication d'aujourd'hui, est apparue ce qu'on a appelé l'"économie anonyme", dominée par l'échange de biens contre de l'argent entre étrangers, situés souvent dans des pays lointains. De nombreux mécanismes et institutions ont été développés pour faire fonctionner cette économie anonyme. Les droits de propriété (le droit exclusif de disposer d'un bien) et le marché étaient les piliers de l'économie industrielle et étaient soutenus par de puissants États-nations dans le but de leur assurer un fonctionnement ininterrompu. Ces mécanismes étaient essentiels à l'activité économique, en même temps que des systèmes de transport modernes amélioraient la mobilité.

Depuis la révolution industrielle, l'histoire de la modernisation a consisté à faire entrer les marchandises, les services et les biens intangibles, comme le savoir, dans le domaine des droits de propriété. Ces droits sont également étroitement imbriqués dans les valeurs de l'individualisme, cet élément central de la philosophie occidentale qui sous-tend la société industrielle et l'économie de marché. L'individualisme part du principe selon lequel une personne prise indépendamment est capable de prendre des décisions autonomes et a le droit de réclamer le fruit de ses actions et d'en assumer les conséquences. En tant que tel, l'individu jouit de droits inviolables, notamment le droit à la vie privée et à la propriété, qui peuvent être échangés sur le marché.

L'avènement de l'IA et des mégadonnées remet cependant en cause les hypothèses de base de la société industrielle, notamment en ce qui concerne la croyance selon laquelle l'homme a le monopole de l'intelligence.

GOVERNANCE DES MÉGADONNÉES: MONTÉE DES TENSIONS

Le courant sous-jacent aux fondements, produit par les changements institutionnels imposés par la montée de l'économie numérique, se manifeste sous diverses formes. À titre d'exemple, l'Occident est actuellement aux prises avec la confidentialité des données et la gouvernance des mégadonnées (ces gigantesques ensembles de données générées depuis des sources multiples par de multiples utilisateurs en ligne).

À travers le prisme de la société industrielle, cette lutte s'articule autour de la nécessité d'équilibrer l'utilisation des données à des fins commerciales avec le bien social découlant de la protection de la vie privée et de la dignité. Dans ce contexte, la vie privée est étroitement liée aux valeurs individualistes de la société occidentale moderne et relève des droits de l'homme.

Cependant, plutôt que de voir les données comme un bien privé à échanger commercialement, les philosophies orientales, qui reposent sur la confiance mutuelle entre les personnes, considèrent que les données sont une ressource collective au service du bien commun, où les contributeurs sont respectés, protégés et récompensés.

Est-ce que les philosophies orientales altruistes traditionnelles du confucianisme, du bouddhisme et de l'animisme pourraient offrir une alternative plus efficace pour la gouvernance et le partage des données, tout en préservant et en protégeant la dignité de l'individu? Il n'est pas inintéressant de noter que le concept de responsabilité fiduciaire suggère à cet égard la possibilité d'un terrain d'entente entre les philosophies orientale et occidentale.

GOVERNANCE DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE: DES PERSPECTIVES DIVERGENTES

S'agissant de la gouvernance de l'IA et des notions d'"esprit" et d'"autonomie", en particulier pour les machines, nous observons un parallèle identique. La perspective occidentale considère l'homme comme un être supérieur aux autres êtres (et machines) en raison de son "esprit", ou intellect, et de l'autonomie qui en découle.

De ce point de vue, la perspective d'une "intelligence artificielle générale", qui suppose l'existence d'une intelligence de type humain (voire susceptible de dépasser l'intelligence humaine) devient une grave menace pour l'homme dans sa maîtrise du cosmos. Là encore, la tradition animiste orientale, qui considère l'homme comme faisant partie intégrante de la nature, offre une vision alternative intéressante.

Les Asiatiques, de manière générale, acceptent nettement plus les robots, dans la mesure où ils les perçoivent comme des pairs proches de l'homme, dotés d'esprit et d'émotion. On note ici un contraste fort avec la perception occidentale des robots et des androïdes, qui se caractérise foncièrement par une relation maître-esclave, tout renversement de cette relation étant considéré comme une menace.

RÉFLEXIONS SUR L'EXPÉRIENCE DU JAPON

Le Japon a été le premier pays asiatique à adopter la philosophie occidentale de l'individualisme. À partir du XIX^e siècle, ce pays a accepté la technologie et les normes juridiques occidentales, notamment en matière de propriété intellectuelle, et est devenu une économie industrielle majeure. À l'ère du numérique, néanmoins, cette stratégie semble s'étouffer, dans la mesure où d'autres économies asiatiques l'ont rattrapé, voire dans certains cas dépassé, dans le domaine numérique. Cela a conduit certains commentateurs à suggérer que pour réussir dans l'économie numérique, il faut une approche complètement différente de celle qui a été adoptée pendant l'ère industrielle.

Le succès remarquable de la Chine en matière de numérique – assis sur des traditions confucéenne et marxiste – donne plus d'élan encore à la question de savoir si la gouvernance des données ne pourrait pas s'inspirer des philosophies orientales traditionnelles. Cette réflexion nouvelle interroge la nécessité de trouver un terrain d'entente sur lequel élaborer des valeurs largement acceptables autour desquelles développer des mécanismes de gouvernance pour la société numérique émergente. Comme indiqué précédemment, le concept de responsabilité fiduciaire pourrait être un bon point de départ dans cette voie.

LE TEMPS D'UN NOUVEAU PARADIGME AU-DELÀ DE L'INDIVIDUALISME

Il y a de bonnes raisons de croire que le mécanisme de gouvernance de l'économie industrielle basé sur le marché va devoir évoluer si l'on veut répondre aux réalités économiques et technologiques d'une économie numérique en expansion.

Nous assistons déjà à l'émergence de nouveaux modèles économiques numériques, tels que les modèles d'abonnement et de partage, où les "droits d'accès" à l'utilisation de biens sont "concedés sous licence" entre "membres de confiance" des communautés électroniques. Ces modèles économiques contrastent avec ceux de l'économie de marché industrielle où la détention de propriété (c'est-à-dire, les droits exclusifs de cession) s'échange anonymement entre individus (et entreprises) contre de l'argent.

La figure 1 permet de visualiser la conception de l'économie dans un monde à traçabilité renforcée, où chacun dispose d'un bien (y compris des données) utile aux autres et apporte sa contribution au droit d'utiliser ce bien. Dans ce qu'on pourrait appeler une "économie de potluck", une telle utilisation partagée de biens physiques (et de données) est contrôlée et récompensée par la société. Ce modèle conserve la notion de propriété puisque les plateformes qui coordonnent l'octroi de licences ont la responsabilité fiduciaire de protéger les intérêts de leurs participants ou de leurs administrateurs.

LA CYBERCIVILISATION VUE SOUS UN PRISME ORIENTAL

À une époque où les décideurs politiques, ancrés dans la philosophie occidentale de l'individualisme, sont aux prises avec les défis d'une société numérique en expansion,



Figure 1: D'une économie d'échange à une économie de "potluck"
 Note: Le terme "économie de potluck" [de partage] est tiré d'un blog de Timothy Nash

les philosophies altruistes asiatiques peuvent nous aider à élaborer les fondements d'une philosophie et d'une éthique pour la gouvernance des structures sociales numériques émergentes. Le confucianisme, le bouddhisme et l'animisme sont des croyances distinctes, mais toutes trois mettent l'accent sur le respect de la confiance que les autres placent dans une entité ou institution sociale. Cela contraste avec l'accent mis par l'Occident sur la protection des droits des individus.

Le traitement des données personnelles met en lumière ces regards divergents. La pensée occidentale moderne considère une violation de la vie privée comme une violation des droits des individus qui doivent avoir le contrôle de leurs données personnelles. À l'opposé, les philosophies orientales considèrent l'utilisation abusive des données personnelles confiées à une plateforme comme une trahison envers la confiance placée dans la plateforme. Tout en étant subtiles, les différences d'approche sont importantes en termes de conception des mécanismes de gouvernance.

En Occident, l'accent est mis sur la nécessité de s'assurer que la collecte et la gestion des données sont conformes à la "volonté" des individus qui fournissent les données afin qu'ils en gardent le contrôle, tandis que la pensée orientale met l'accent sur la nécessité de s'assurer que les données sont protégées et utilisées de manière fidèle aux "intérêts" de ceux qui confient ces données, indépendamment de l'existence d'autorisations explicites pour leur collecte et leur gestion.

Cette discussion soulève également la question de la reconnaissance de la responsabilité. Un point souvent débattu en matière de gouvernance de l'IA concerne la question de savoir s'il est réaliste ou non de continuer de tenir l'homme pour responsable, en dernier ressort, du dysfonctionnement des objets qu'il fabrique.

L'hypothèse occidentale selon laquelle l'homme a le monopole de l'autonomie et de l'intelligence confère à ce dernier l'autorité et la responsabilité ultimes sur tous les objets qu'il fabrique, comme en témoignent les lois de divers systèmes juridiques civils et pénaux occidentaux qui établissent des responsabilités relatives aux objets produits.

À l'inverse, la sagesse asiatique de convivialité avec la nature pourrait bien devenir un principe directeur. Pourquoi cela? Parce qu'avec le temps, il semble inévitable que les machines aient des capacités de l'ordre, pour le moins, de l'intelligence. Nous devons donc nous préparer à reconnaître aux machines une personnalité, si nous voulons leur permettre d'interagir aussi étroitement avec nous.

VERS DES PRINCIPES FONDÉS SUR LA CONFIANCE QUI SOIENT GÉNÉRALEMENT ACCEPTABLES

Le but, dans l'exploration des perspectives divergentes entre l'Est et l'Ouest, est de trouver un terrain d'entente pour élaborer un nouvel ensemble de règles éthiques adapté à l'émergence d'un monde régi par les données. Dans la mesure où ces deux perspectives partagent la notion de responsabilité fiduciaire, celle-ci semble constituer un bon point de départ pour élaborer des mécanismes efficaces de gouvernance des données dotés d'un système démocratique de contrepoids qui profite à tous. Mon espoir et ma conviction sont que l'humanité est suffisamment intelligente pour élaborer un système de ce type et utiliser de manière civilisée les gigantesques opportunités technologiques qu'elle a créées.

Cet article est une version abrégée et modifiée de Kokuryo, J., *An Asian perspective on the governance of cyber civilization*. Electron Markets (2022).

Bâtir un avenir durable grâce aux savoirs traditionnels en Nouvelle-Calédonie

Rebecca Ferderer, Division des savoirs traditionnels, OMPI

“Plus de 90% des espèces de l’environnement terrestre, végétal et maritime sont endémiques aux îles de la Nouvelle-Calédonie”, note Subama Mapou. “Selon une étude bibliographique que j’ai menée dans le cadre de mes recherches, les peuples autochtones locaux ont développé une large connaissance de plus de 1200 espèces de plantes”, ajoute-t-elle.



Photo: Quentin Fahrner / Unsplash

Pour Subama Mapou, les vastes ressources de la Nouvelle-Calédonie sont une source d’inspiration pour la mise au point de nouvelles innovations à base de plantes qui s’appuient sur les savoirs traditionnels des peuples autochtones de l’île. Issue de la tribu kanake d’Unia, de la chefferie Djawari, la jeune femme a été initiée très tôt à ces savoirs par sa famille. Les ancêtres de la famille forment une longue lignée de praticiens traditionnels. Cette scientifique kanake passionnée évoque l’importance de son travail pour soutenir les moyens de subsistance des groupes autochtones et son ambition de contribuer à l’élaboration d’un cadre juridique sui generis qui protège les savoirs traditionnels de l’archipel tout en garantissant aux communautés autochtones un partage équitable des avantages découlant de leur utilisation.



Les ateliers organisés par Subama Mapou et son équipe ravivent l'intérêt des femmes et des hommes pour les pratiques fondées sur les savoirs traditionnels, leur permettant de développer leurs compétences en matière d'artisanat traditionnel, ainsi que de pratiques de pêche et de chasse.



Photos : avec l'aimable autorisation de Subama Mapou



“En tant qu’humains, nous devons respecter et écouter Mère Nature. J’espère que nous changerons notre façon de consommer. Le bien-être futur de nos enfants en dépend.”

Comment en êtes-vous venue à vous intéresser à la biologie des plantes?

J'ai toujours eu une attirance pour les plantes. La connaissance des plantes médicinales et de leur utilisation m'a été transmise par les membres de ma famille, notamment mon arrière-grand-père, Ouma Mapou, un guérisseur traditionnel âgé de 109 ans, et ma grand-mère. Mes études universitaires en biologie végétale et microbiologie s'inscrivent dans le cadre d'une promesse faite à ma famille de poursuivre leurs précieuses recherches sur les savoirs traditionnels à base de plantes, et notamment d'assurer leur protection et leur transmission aux générations futures. Actuellement, je travaille sur mon doctorat en phytochimie et ethnopharmacologie à l'Université de Nouvelle-Calédonie. Mon but est de soutenir la gestion durable des ressources naturelles locales, d'améliorer l'utilisation des connaissances traditionnelles de l'archipel et de contribuer à l'établissement d'un cadre juridique sui generis qui protège les savoirs traditionnels de nos populations autochtones et leur permette d'y accéder et de partager les bénéfices découlant de leur utilisation de manière durable et équitable.

Qu'est-ce qui vous séduit le plus dans la mise en valeur des ressources naturelles de la Nouvelle-Calédonie?

Ce qui me fascine le plus à propos des ressources naturelles de mon pays, c'est la richesse de la biodiversité de l'archipel et des savoirs traditionnels associés à leur utilisation. Plus de 90% des espèces de l'environnement terrestre, végétal et maritime sont endémiques aux îles. Selon une étude bibliographique menée dans le cadre de mes recherches, les populations autochtones locales ont développé une large connaissance de plus de 1200 espèces de plantes.

Parlez-nous de l'importance des savoirs traditionnels pour les communautés kanakes.

Les vestiges archéologiques montrent que le peuple kanak est présent en Nouvelle-Calédonie depuis 4000 ans. La Nouvelle-Calédonie est divisée en huit aires coutumières où sont parlées 28 langues autochtones. Les groupes taxonomiques uniques des îles se reflètent dans le savoir-faire local que chaque groupe possède en matière d'utilisation traditionnelle des plantes. Développé au fil des siècles, ce savoir a été transmis oralement de génération en génération par des praticiens traditionnels comme mon arrière-grand-père.

Dans le préambule de la Charte du peuple kanak, il est écrit que "les populations mélanésiennes, comme les autres peuples autochtones du monde, ont une vision du cosmos, un rapport à l'espace, une organisation sociale et une pratique coutumière qui tendent à une recherche permanente d'équilibre et d'harmonie". Cette vision de la relation entre les peuples autochtones et leur environnement naturel est ce qui leur donne une capacité de résilience et d'adaptation aux nouveaux défis, comme en témoigne mon propre peuple en Nouvelle-Calédonie.

Pouvez-vous nous en dire plus sur votre entreprise, Gardenia Cosmétique?

L'élaboration de produits issus de ressources naturelles commence par la sensibilisation du public. J'ai créé Gardenia Cosmétique pour mettre mes recherches en pratique. Les gens veulent des produits authentiques et une

garantie de qualité. Mon objectif est de promouvoir la biodiversité et les savoirs traditionnels de Nouvelle-Calédonie en utilisant le savoir-faire que j'ai acquis sur le terrain pour transformer, de la manière la plus écologique possible, les matières premières de la région en produits dont les consommateurs ont besoin au quotidien.

Les produits de Gardenia Cosmétique sont fabriqués à partir d'ingrédients 100% naturels avec une garantie de qualité fondée sur la recherche scientifique, qui améliore la méthode d'extraction traditionnelle en stabilisant les molécules actives contenues dans les ingrédients. Nous avons conclu des accords avec différentes associations de producteurs autochtones qui produisent les matières premières dont nous avons besoin conformément aux principes du commerce équitable et du développement durable. Ma volonté de respecter les droits des peuples autochtones locaux implique que nos produits soient fabriqués selon les principes du commerce équitable. En commercialisant ces produits, nous respectons également les droits des producteurs autochtones locaux et contribuons à la promotion de leur savoir-faire traditionnel.

Qu'est-ce qui donne à vos produits un avantage commercial?

L'utilisation généralisée de produits fabriqués à partir de molécules de synthèse peut provoquer des affections cutanées douloureuses, telles que l'eczéma et le psoriasis. Aujourd'hui, les consommateurs recherchent des gammes de produits naturels qui répondent à leurs besoins personnels. C'est là que les produits de Gardenia Cosmétique ont un avantage car ils constituent une solution alternative apaisante et naturelle qui peut aider nos clients à mieux gérer leurs allergies cutanées. Nos produits sont commercialisés depuis début 2020 et nous constatons une réelle croissance de la demande pour ces produits.

Quels sont vos marchés cibles?

Notre marché principal est actuellement en Nouvelle-Calédonie. Nous avons une boutique dans le nord de l'archipel. En 2021, nous avons participé à de grands événements locaux, notamment la Foire du Pacifique et le Salon de la femme, qui ont attiré 20 000 personnes venues de tout le pays. Nos produits sont également disponibles en ligne sur Nakupa.shop, une plateforme de commerce électronique de produits naturels et artisanaux provenant de toutes les îles du Pacifique. Nous prévoyons en outre de lancer notre propre site Web, ce qui nous aidera à conquérir les marchés européens.

Nos principales activités sont concentrées dans le nord, où nous développons également notre jardin de plantes médicinales, notre propre laboratoire, afin de pouvoir augmenter la production, ainsi qu'une école pour nos ateliers. Nous sommes ainsi en contact étroit avec nos associations de producteurs implantées dans des communautés autochtones éloignées dans le nord. Nous avons aussi des installations dans le sud, ce qui nous permet de nous procurer les matières premières issues de cette partie du pays.





Photos : avec l'aimable autorisation de Subarna Mapou

Une approche *sui generis*

Un certain nombre de pays ont adopté des mécanismes juridiques spéciaux comportant des dispositions relatives à la propriété intellectuelle ou similaires. Ces régimes spéciaux offrent souvent une protection contre l'utilisation abusive ou l'appropriation illicite des savoirs traditionnels, des expressions culturelles traditionnelles et des savoirs traditionnels associés aux ressources génétiques.

Consultez la compilation des régimes *sui generis* de l'OMPI à l'adresse suivante : www.wipo.int/tk/en/databases/tklaws/

Le Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux ressources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore de l'OMPI (IGC)

L'IGC continue de mener des négociations afin de parvenir à un ou plusieurs instruments juridiques internationaux relatifs à la propriété intellectuelle, susceptibles d'assurer une protection équilibrée et effective des ressources génétiques, des savoirs traditionnels et des expressions culturelles traditionnelles.

Pour en savoir plus, voir www.wipo.int/tk/fr/igc/



Comment avez-vous entendu parler de la propriété intellectuelle?

Les savoirs traditionnels que mon arrière-grand-père m'a transmis ont une réelle valeur dans la lutte contre le changement climatique et doivent être développés en collaboration avec les peuples autochtones qui en sont les dépositaires. Bien avant de créer mon entreprise, en 2010, j'ai suivi de très près les négociations qui ont abouti à l'intégration du Protocole de Nagoya dans la Convention sur la biodiversité. Ce processus a mis en évidence l'utilisation durable des ressources génétiques et des savoirs traditionnels qui y sont associés et m'a incitée à trouver un moyen de protéger le procédé d'éco-extraction que j'ai mis au point. Ce procédé permet d'obtenir des produits naturels de haute qualité, qui répondent aux exigences de l'ERI 360, le label d'éco-extraction pour les cosmétiques introduit en France en 2018.

Cette année-là, Gardenia Cosmétique a remporté le premier prix du Forum de l'innovation pour les pays d'outre-mer, décerné par le président Macron. Cela m'a encouragée à postuler au Programme de formation, de mentorat et de mise en relation sur la propriété intellectuelle de l'OMPI, à l'intention des femmes chefs d'entreprise issues de peuples autochtones et de communautés locales, qui a été une excellente occasion d'en apprendre davantage sur les droits de propriété intellectuelle, sur la manière de développer mon modèle commercial et de commercialiser notre patrimoine culturel. Notre objectif est maintenant de renforcer la marque Gardenia Cosmétique.

Comment souhaiteriez-vous voir évoluer le système de la propriété intellectuelle?

J'aimerais qu'une loi internationale protège les savoirs traditionnels. Il est essentiel pour les générations futures de tous les peuples de miser sur la qualité naturelle des produits. Le modèle de consommation qui est le nôtre doit être mis en balance avec les défis mondiaux actuels, tels que le changement climatique. En tant qu'êtres humains, nous devons respecter et écouter Mère Nature. J'espère que nous changerons notre façon de consommer. Le bien-être futur de nos enfants en dépend.

Je souhaite la création d'une base de données des ressources naturelles dans les langues vernaculaires de la Nouvelle-Calédonie, sous réserve, bien sûr, du consentement préalable et éclairé des communautés concernées. Cela permettrait au gouvernement de disposer des informations nécessaires pour promouvoir la gestion durable de ces ressources.

Parlez-nous un peu de l'Institut kanak des plantes, de l'artisanat et des langues autochtones (IKAPALA).

En 2017, j'ai cofondé IKAPALA, une organisation non gouvernementale qui rassemble tous ceux qui s'attachent à valoriser et protéger les savoirs traditionnels kanaks. Cet institut fait office de passerelle entre les autorités étatiques, les organismes scientifiques et les détenteurs de savoirs traditionnels. C'est ma passion pour les plantes et pour la protection des savoirs traditionnels qui leur sont associés qui m'a conduite à créer IKAPALA. Lorsque j'ai commencé à parcourir le pays, j'ai rencontré de nombreuses femmes, des défenseurs des traditions, des guérisseurs et des jeunes, mais ils n'avaient aucun lien entre eux. Grâce à IKAPALA et à son action pour l'unité, la simplicité et le respect, nous tissons un lien commun et renforçons notre capacité à sauvegarder notre patrimoine immatériel et spirituel.

IKAPALA organise divers événements en Nouvelle-Calédonie pour expliquer comment valoriser, transmettre et protéger les savoirs traditionnels sur les plantes. L'institut facilite également les collaborations entre les détenteurs de ces savoirs et les tiers intéressés,

Photo: avec l'aimable autorisation de Subama Mapou



Le Programme de l'OMPI sur l'entrepreneuriat destiné aux femmes chefs d'entreprise des communautés autochtones et locales

Le Programme de formation, de mentorat et de mise en relation de l'OMPI sur la propriété intellectuelle à l'intention des femmes chefs d'entreprise issues des peuples autochtones et des communautés locales vise à encourager l'entrepreneuriat, l'innovation et la créativité des femmes dans le domaine des savoirs traditionnels et des expressions culturelles traditionnelles. Ce programme vise à renforcer la capacité des femmes chefs d'entreprise issues de peuples autochtones et de communautés locales à faire un usage stratégique et efficace des outils de propriété intellectuelle à l'appui de leurs activités commerciales.

Depuis 2019, près de 50 femmes chefs d'entreprise issues de peuples autochtones et de communautés locales ont été sélectionnées parmi des centaines de candidates. Il s'agit d'artisanes, de créatrices, d'artistes interprètes ou exécutantes, de chercheuses, de guérisseuses ou de petites exploitantes agricoles qui ont l'intention de lancer ou ont déjà lancé une entreprise ou un projet fondé sur des savoirs traditionnels ou des expressions culturelles traditionnelles.

“De plus en plus de jeunes sont fiers de leur culture et veulent en reprendre possession pour la valoriser. La propriété intellectuelle est un outil important pour les aider à tirer un revenu de ces savoirs et à améliorer ainsi leurs moyens de subsistance.”



qu'il s'agisse de chercheurs ou d'entreprises respectueuses des droits des peuples autochtones, notamment des Kanaks. À ce jour, IKAPALA regroupe une quarantaine d'associations de femmes représentant chacune des huit aires coutumières de Nouvelle-Calédonie.

Quel est l'impact de ces activités?

Après plusieurs années de sensibilisation, nos efforts pour développer IKAPALA et Gardenia Cosmétique portent enfin leurs fruits. Par exemple, en partenariat avec l'entreprise, IKAPALA organise régulièrement des ateliers gratuits, au cours desquels je partage mon savoir-faire traditionnel avec les associations de femmes autochtones de Nouvelle-Calédonie. Les participantes apprennent à utiliser les plantes endémiques de l'archipel et les savoirs traditionnels qui y sont associés pour fabriquer et vendre leurs propres produits biologiques, notamment des savons, des gels à l'aloë vera et de l'huile de noix de coco pressée à froid, ce qui leur assure une importante source de revenus.

Les ateliers ravivent l'intérêt des femmes et des hommes pour les pratiques fondées sur les savoirs traditionnels et leur permettent d'acquérir des compétences en matière d'artisanat traditionnel, ainsi que de pratiques de pêche et de chasse. De plus en plus de jeunes sont fiers de leur culture et veulent en reprendre possession pour la valoriser. La propriété intellectuelle est un outil important pour les aider à tirer un revenu de ces savoirs et à améliorer ainsi leurs moyens de subsistance. C'est un véritable privilège pour moi de pouvoir contribuer à bâtir un avenir plus durable pour la prochaine génération de Néo-Calédoniens.

Comment expliquez-vous le succès de Gardenia Cosmétique et d'IKAPALA?

Ma passion pour les savoirs traditionnels et ma ferme volonté de promouvoir la gestion durable des ressources naturelles de Nouvelle-Calédonie au travers de collaborations fondées sur le respect mutuel m'ont permis d'arriver jusqu'ici. Notre succès repose sur notre respect de la diversité culturelle et notre engagement à travailler ensemble pour atteindre notre objectif commun. Les huit aires coutumières sont désormais unies sous l'égide d'IKAPALA pour défendre nos savoirs traditionnels et mettre en place des pratiques pour protéger la biodiversité de la région.

À nos débuts en 2016, notre soutien provenait de nos associations partenaires et des instances coutumières du Grand Sud. En 2019, le Sénat coutumier de Nouvelle-Calédonie a rejoint nos rangs et prévoit d'établir une convention de protection des savoirs traditionnels. C'est une évolution très positive. Nous continuons à travailler avec les organismes gouvernementaux afin d'explorer les moyens de mettre en place un cadre pour protéger les savoirs traditionnels en Nouvelle-Calédonie tout en garantissant que les communautés locales accèdent à ces savoirs et partagent les avantages découlant de leur utilisation de manière juste et équitable. Notre objectif ultime est l'adoption d'une loi nationale qui génère sur la protection des savoirs traditionnels.

Et maintenant, quels sont vos projets?

Mon prochain projet professionnel porte sur l'élaboration de nouveaux principes actifs naturels, axée sur l'industrie cosmétique de luxe et les entreprises qui respectent les peuples autochtones et œuvrent en faveur du développement durable. Le domaine des compléments alimentaires est une autre filière prometteuse pour promouvoir nos recettes médicinales. Je cherche également à développer des projets en partenariat pour promouvoir la gestion durable de nos ressources naturelles. Je souhaite par ailleurs qu'IKAPALA s'associe au Gouvernement de Nouvelle-Calédonie et au Sénat coutumier pour créer une entité dédiée à la protection des savoirs traditionnels du pays. Enfin, j'envisage de créer une école pour les Kanaks locaux afin de continuer à leur apprendre comment protéger et promouvoir les savoirs traditionnels et la diversité culturelle de la Nouvelle-Calédonie.

Quel conseil donneriez-vous aux jeunes autochtones?

Je me souviendrai toujours des paroles de mon arrière-grand-père: "Quoi que tu fasses, quels que soient les diplômes obtenus ou les personnes rencontrées, n'oublie jamais tes racines culturelles".

Mon conseil est donc le suivant: ne cessez jamais de respecter et de partager vos valeurs avec passion, humilité et une détermination sans faille. Cela ne sera pas toujours facile mais ô combien gratifiant lorsque vous atteindrez vos objectifs.

Protéger le patrimoine culturel de la Serbie : le cas du “Kilim de Pirot”

Vladimir Marić, directeur, Office de la propriété intellectuelle de la République de Serbie

Les produits portant une indication géographique d'origine doivent leurs caractéristiques particulières à leur lieu de production. Ils sont le fruit de traditions acquises au fil des siècles par les habitants d'un endroit précis, qui ont transmis leurs connaissances et leur savoir-faire de génération en génération. Les tapis ou kilims produits à Pirot, une ville du sud-est de la Serbie, sont issus de cette tradition et reflètent le riche héritage culturel et historique des fabricants de tapis de la ville, ainsi que la valeur de cet artisanat, qui mérite d'être préservé et valorisé. C'est pourquoi, le 18 juin 2012, par décision du Comité national du patrimoine culturel immatériel de la République de Serbie, le tissage des kilims de Pirot a été inscrit à l'inventaire national du patrimoine culturel immatériel de la République de Serbie sous l'égide de l'UNESCO.

BREF HISTORIQUE DU “KILIM DE PIROT”

La coopérative des tisserandes de kilims de Pirot, premier exemple de fabrication organisée de ces tapis, voit le jour il y a 122 ans, mais le tissage de kilims à Pirot remonte au IX^e siècle de notre ère. Avec leurs motifs colorés singuliers, les “kilims de Pirot” sont réputés dans le monde entier pour leur beauté et leur qualité.

Ces tapis de grande qualité acquièrent une reconnaissance mondiale à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle, remportant les plus hautes distinctions aux expositions universelles de Lyon en 1894 et de Liège en 1905. Par la suite, les kilims apparaissent sur les marchés américain et britannique. Des articles relatant l'exposition sur les États des Balkans à Londres en 1907 s'émerveillent : “au Palais de la Reine, les magnifiques kilims de Pirot remportent un succès fou! Les Anglais sont stupéfaits et en admiration”, écrit l'écrivaine serbe Žikić Vitković dans son livre consacré au kilim de Pirot.

Après la Première Guerre mondiale (1914-1918), les normes de qualité – similaires à celles qui régissent l'indication géographique actuelle – pour la fabrication du “kilim de Pirot” sont établies. En 1925, le conseil d'évaluation de la Coopérative de tissage de kilims est créé. Son rôle est de veiller à ce que les dessins et modèles, les couleurs et les matériaux utilisés pour fabriquer les tapis kilim répondent aux normes de qualité établies.

Dans l'entre-deux-guerres, la Coopérative de tissage de kilims de Pirot remporte plus de 50 récompenses et prix internationaux et nationaux, notamment dans le cadre de l'Exposition internationale des arts et des techniques de Paris en 1937. Entre le milieu des années 1950 et le milieu des années 1960, le tissage de tapis kilim à Pirot continue à prospérer avec des commandes provenant d'Allemagne de l'Ouest, d'Autriche, de Finlande, du Japon, d'Italie, des Pays-Bas et de Suisse.

Les tisserandes continuent d'utiliser la meilleure qualité de laine pour fabriquer le "kilim de Pirot". Dans le processus de tissage, la chaîne (fils longitudinaux) est fabriquée à partir de la laine blanche des moutons de la race pramenka, aujourd'hui en voie de disparition, qui paissent dans les champs entourant Pirot. Pour réaliser un "kilim de Pirot" standard (1,4 mètre x 2 mètres), il faut recueillir la toison d'au moins neuf moutons pramenka. Leur laine est généralement d'excellente qualité, longue et facile à traiter. En moyenne, 300 kilogrammes de laine brute sont nécessaires pour produire 100 kilogrammes de fil. Ce fil de haute qualité contribue à la durabilité du "kilim de Pirot".

DES MOTIFS GÉOMÉTRIQUES INTEMPORELS

Les anciens motifs concentriques qui caractérisent le "kilim de Pirot" font écho à ceux que l'on trouve dans les anciennes céramiques égyptiennes, les vases chypriotes et même les kilims des Indiens Navajo d'Amérique du Nord. Cela reflète les influences nombreuses et variées qui ont façonné cette tradition au fil des siècles. La disposition symétrique des formes et des motifs géométriques nets confère au "kilim de Pirot" un caractère intemporel. Les motifs graphiques constituent principalement des formes abstraites et fantaisistes ou représentent des éléments végétaux ou figuratifs, voire des symboles religieux. Leurs tons dominants de rouges, de bleus et de verts enchantent l'œil.

Depuis toujours, les tisserandes serbes font preuve d'une incroyable imagination, proposant des motifs, des formes et des couleurs qui contribuent à la beauté unique du "kilim de Pirot" et assurent sa pérennité. De tout temps, les "kilims de Pirot" ont orné les palais et les résidences des hauts fonctionnaires ainsi que les lieux de culte.

LE TISSAGE DES KILIMS EST L'APANAGE DES FEMMES

Symbole éminent de la tradition populaire serbe, les tapis sont habituellement fabriqués par les femmes, qui apprennent leur métier de leurs aïeules. Souvent pratiqué dans des conditions difficiles, le tissage des tapis kilim est un travail exténuant. De nos jours, une tisserande de la coopérative Lady's Heart (seul utilisateur autorisé de l'indication géographique "kilim de Pirot") travaille en moyenne 176 heures (8 heures par jour, 22 jours par mois) pour tisser seulement 0,8 m² de tapis.

Fort heureusement, les tisserandes d'aujourd'hui ont des moyens d'existence plus sûrs que les générations précédentes. Ceci est d'une importance cruciale pour attirer de nouvelles venues vers le métier et pour maintenir la production de ces incroyables tapis.

Slavica Ćirić, directrice de la coopérative Lady's Heart, décrit les qualités requises de nos jours pour tisser des "kilims de Pirot":

"Pour pratiquer le tissage, une femme doit avoir des aptitudes pour le métier et une grande dextérité. Elle doit avoir la fibre artistique et une capacité de concentration



Photo: © Slavica Ćirić

En 2003, l'Office de la propriété intellectuelle de la Serbie a conféré au "kilim de Pirot" le statut d'indication géographique. L'indication géographique couvre les tapis kilim, les couvertures de lit, les rideaux, les draperies et autres textiles d'intérieur.





Photos: © Slavica Ćirić

Les tapis sont généralement fabriqués par les femmes, qui apprennent leur métier de leurs aïeules. Le tissage du “kilim de Pirot” est un travail exténuant, mais heureusement, les tisserandes d’aujourd’hui ont des moyens d’existence plus sûrs que les générations précédentes.

“L’obtention du statut d’indication géographique contribue à maintenir en vie les traditions nationales et protège les tisserandes agréées contre l’utilisation non autorisée de l’indication géographique.”



élevée car elle va passer sa journée plongée dans les calculs, les plans, la logique et les mathématiques. Elle doit également être capable de tout mémoriser sans prendre de notes car ce qu'il faut avoir à l'esprit en permanence ne peut être noté. Avant toute chose, elle doit aussi avoir une bonne constitution car elle travaillera assise sur un banc bas à côté du métier à tisser, les jambes pliées, le dos droit et les mains constamment en mouvement, risquant à tout moment d'avoir le bout des doigts coupé comme par une lame de rasoir par les fils tranchants de la chaîne en poils de mouton pramenka."

LA FABRICATION DU "KILIM DE PIROT"

Depuis plus d'un siècle, les "kilims de Pirot" sont tissés comme des tapis d'une seule pièce sur des métiers verticaux, quelle que soit leur taille. Pendant l'opération, on fait pivoter régulièrement le métier à tisser. Cela signifie que la tisserande n'a jamais une vue complète de la tâche accomplie et doit se fier à sa mémoire pour visualiser les motifs complexes qui sont tissés dans le tapis. Elle effectue son travail en position agenouillée, utilisant pour seul outil la tupica, qui permet d'écraser les fils de trame. Les deux faces du tapis sont généralement de qualité égale et aussi belles l'une que l'autre.

En 2003, l'Office de la propriété intellectuelle de la Serbie a reconnu le "kilim de Pirot" comme une indication géographique. L'indication géographique couvre les tapis kilim, les couvertures de lit, les rideaux, les draperies et autres textiles d'intérieur. En obtenant le statut d'indication géographique, les tapis kilim et autres textiles d'intérieur fabriqués dans cette ville historique sont devenus la propriété intellectuelle des habitants de Pirot.

LES AVANTAGES DE L'OBTENTION D'UNE INDICATION GÉOGRAPHIQUE

Grâce à l'obtention d'une indication géographique, seuls les kilims fabriqués par les producteurs autorisés peuvent être commercialisés en tant que "kilim de Pirot". L'authenticité et la qualité des textiles haut de gamme qui ont le statut d'indication géographique sont garanties. De cette façon, le statut d'indication géographique renforce la confiance des consommateurs; les clients peuvent être sûrs qu'ils achètent un véritable "kilim de Pirot". Les fabricants locaux

en retirent des avantages considérables : la demande de leurs tapis de haute qualité sur les marchés nationaux et d'exportation est stimulée et ils ont la possibilité de se défendre contre les imitations de qualité inférieure.

L'obtention d'une indication géographique contribue à maintenir les traditions nationales en vie et protège les tisserandes autorisées contre l'utilisation illicite du label d'indication géographique. La protection juridique n'a pas seulement un effet dissuasif contre le piratage; elle fait aussi obligation à tous les fabricants autorisés de maintenir les normes de production établies en matière de qualité.

Aux fins de l'enregistrement de l'indication géographique "kilim de Pirot", l'Office de la propriété intellectuelle de la Serbie a collaboré avec les tisserandes locales pour élaborer un "cahier des charges", qui décrit l'essence du "kilim de Pirot" et les éléments qui en font un produit unique de l'ethnofabrication. Il s'agit notamment de la manière dont il est tissé, de la qualité de la laine utilisée pour la chaîne, des motifs spécifiques aux tapis kilim, ainsi que des couleurs utilisées pour le fil de chaîne, de l'obligation de travailler en position agenouillée avec un métier vertical, du contrôle de la qualité, etc.

Par le passé, les canons de la fabrication de kilims étaient dictés par la tradition et les règles tacites du métier de tisserand, ce qui donnait lieu à des productions de qualité variable. Aujourd'hui, grâce en grande partie à l'obtention de l'indication géographique, les "kilims de Pirot" sont fabriqués selon des normes de qualité établies.

Actuellement, la coopérative Lady's Heart est le seul utilisateur agréé de l'indication géographique "kilim de Pirot". De nombreux anciens utilisateurs ont perdu leur statut. Selon des observations empiriques, cela pourrait être lié au coût élevé de la certification et à un manque de volonté d'adhérer aux règles régissant l'élaboration, la production et la vente des produits certifiés en tant qu'indication géographique. Les fabricants d'autres produits au bénéfice d'une indication géographique en Serbie semblent avoir vécu une réalité similaire. Les expériences des producteurs de produits certifiés en tant qu'indication géographique à travers le monde suggèrent toutefois que les règles régissant l'utilisation d'une indication géographique peuvent avoir une incidence économique

positive sur la production de ces produits lorsqu'elles sont calibrées pour garantir que les utilisateurs sont en mesure de respecter les conditions d'utilisation établies et ainsi acquérir le droit d'utiliser l'indication géographique. Cela n'a cependant pas été le cas pour la fabrication du "kilim de Pirot", qui dépend aujourd'hui d'un financement provenant à la fois de sources publiques et privées.

Bien que la demande de "kilims de Pirot" dépasse la capacité des tisserandes à les réaliser, aucun nouveau fabricant apte à être agréé en tant qu'utilisateur autorisé de l'indication géographique "kilim de Pirot" n'est apparu depuis 2009. Cette pénurie menace la pérennité de la production de tapis kilim à Pirot et a suscité une réflexion approfondie sur ce qu'il convient de faire pour relancer et soutenir l'artisanat.

"L'objectif visé est de préserver le tissage de kilims à Pirot grâce au développement durable et à la croissance de la production, de sorte que les revenus réalisés par la vente de kilims servent à financer la poursuite de la fabrication et que les tisserandes soient correctement rémunérées pour leur travail", explique S. Ćirić, qui souligne également la nécessité d'organiser des ateliers pour former la prochaine génération de tisserandes.

L'indication géographique "kilim de Pirot" fait partie de l'identité nationale de la Serbie. Jouissant d'une excellente réputation, les "kilims de Pirot" ont une grande valeur commerciale. En promouvant activement ces textiles de qualité supérieure, le gouvernement contribuera à ce que les tisserandes de Pirot récoltent les fruits de leur travail, améliorant ainsi leurs moyens de subsistance. Il contribuera également à assurer la pérennité de cet artisanat remarquable pour les générations à venir. Aujourd'hui, de nombreux pays œuvrent activement à l'élaboration de stratégies visant à exploiter les avantages économiques, sociaux et culturels des produits pouvant être protégés par une indication géographique. La Serbie doit être l'un d'eux.

Photo: © Slavica Ćirić



Le seul outil utilisé par les tisserandes est la tupica (à gauche), qui sert à écraser les fils de trame.

La Chine met à profit la chaîne de blocs pour faire avancer le développement de “tribunaux intelligents” [tribunaux Internet]

XU Jianfeng, directeur général du Centre de services en technologies de l'information de la Cour populaire de la République populaire de Chine

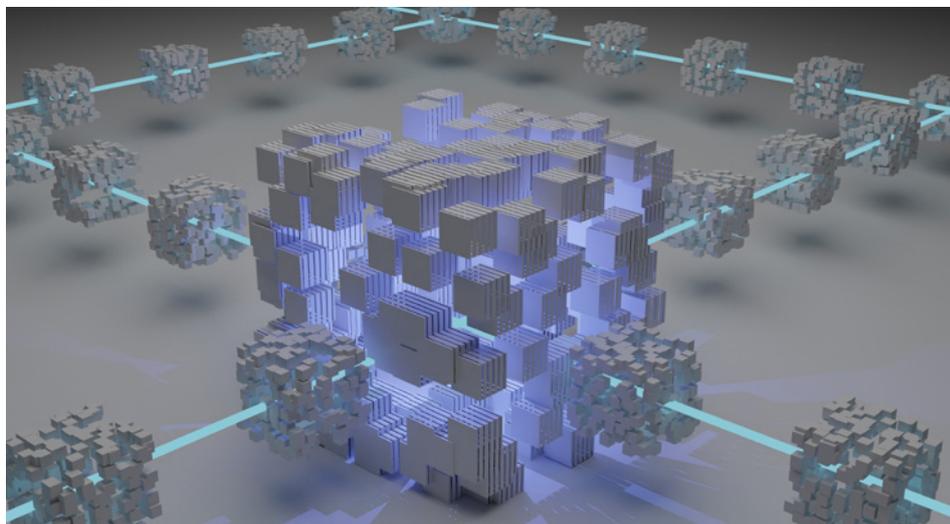


Photo: GuerrillaBuzz Crypto PR / Unsplash

Les Avis émis par la Cour populaire suprême de la République populaire de Chine en mai 2022 énoncent que l'objectif général de l'application de la chaîne de blocs dans le domaine judiciaire est de bâtir une “alliance des chaînes de blocs” interconnectée, susceptible d'encourager le partage d'informations entre les tribunaux populaires et l'ensemble des secteurs sociaux d'ici 2025.

En mai 2022, la Cour populaire suprême de la République populaire de Chine a émis des *Avis sur le renforcement de l'application de la chaîne de blocs dans le domaine judiciaire* (les “Avis”). Il s'agit d'une étape importante vers la promotion par les tribunaux populaires de l'application de technologies clés représentées par la chaîne de blocs, de façon à accélérer davantage leur transformation numérique, élever la justice numé-

rique à un plus haut niveau et faire avancer le développement de la législation relative à l'Internet. La chaîne de blocs est un type de technologie des registres distribués, qui est infalsifiable. Elle garantit l'enregistrement et la distribution des fichiers et des transactions numériques sans aucune altération.

ENCOURAGER UNE INTÉGRATION EN PROFONDEUR DES PROCÉDURES JUDICIAIRES DANS LA CHAÎNE DE BLOCS

La Chine attache une grande importance à l'application et au développement de la technologie de la chaîne de blocs. Le Président Xi Jinping a souligné la nécessité d'accélérer le développement et l'innovation industrielle de la technologie de la chaîne de blocs, et de faire avancer activement son intégration dans le développement économique et social. La Chine dispose de bases solides sur lesquelles développer et appliquer la technologie de la chaîne de blocs dans le domaine judiciaire. De fait, le rôle de soutien qu'a joué la technologie dans ce domaine a évolué avec le temps.

En ayant recours à la technologie, la Cour populaire suprême a élaboré un système de tribunaux Internet de haut niveau autour d'une plateforme judiciaire unique de chaînes de blocs, de portée nationale. Cette plateforme utilise la technologie de la chaîne de blocs pour le traitement des données, comme les preuves électroniques, les archives électroniques, les informations sur les enquêtes et les mécanismes de contrôle des services chargés de l'application de la loi, les informations sur les plaintes et les requêtes, les logs d'opérations, entre autres données. La plateforme offre au public et aux tribunaux, à tous les niveaux et dans toute la Chine, l'accès à un système centralisé de stockage et de vérification des données judiciaires. Le travail d'exploration active

La plateforme judiciaire unique de chaînes de blocs de la Cour populaire suprême offre au public et aux tribunaux, à tous les niveaux et dans toute la Chine, l'accès à un système centralisé de stockage et de vérification des données judiciaires.



Photo : avec l'aimable autorisation de la Cour populaire suprême de la République populaire de Chine

de l'application de la technologie de la chaîne de blocs dans tous les tribunaux populaires est en cours. Après des investigations approfondies et des consultations et débats exhaustifs, la Cour populaire suprême a élaboré et émis des avis visant à renforcer l'application de la chaîne de blocs dans le domaine judiciaire et à accroître son rôle dans la pratique judiciaire.

FAVORISER UN MODÈLE DE CHAÎNE DE BLOCS AVANCÉ ET LEADER AU NIVEAU MONDIAL, AVEC DES CARACTÉRISTIQUES CHINOISES

Les règles générales relatives au renforcement par les tribunaux populaires de l'application de la chaîne de blocs dans le domaine judiciaire sont précisées dans trente-deux points compris dans sept parties des Avis. Les Avis présentent également les règles et les mesures relatives à l'application de la chaîne de blocs et à l'élaboration de plateformes associées. Ils exposent aussi des scénarios types d'application de la technologie de la chaîne de blocs, comme par exemple l'amélioration de la crédibilité et de l'efficacité de la justice, la promotion de la collaboration judiciaire et la facilitation de la gouvernance économique et sociale.

APPLICATION DE LA CHAÎNE DE BLOCS DANS LE DOMAINE JUDICIAIRE: RÈGLES GÉNÉRALES

Avec les précisions relatives aux règles générales d'application de la chaîne de blocs dans le domaine judiciaire, les Avis énoncent que l'objectif général est de bâtir une "alliance des chaînes de blocs" interconnectée, susceptible de promouvoir le partage d'informations entre les tribunaux populaires et l'ensemble des secteurs sociaux. L'objectif est de mettre sur pied cette alliance d'ici 2025.

Dans ce cadre, la technologie de la chaîne de blocs sera appliquée de façon exhaustive au règlement des litiges, aux services de contentieux, aux procédures judiciaires et d'application de la loi, ainsi qu'à l'administration de la justice. En outre, l'alliance des chaînes de blocs judiciaires interopérable fera partie intégrante des systèmes économique et social de la Chine, favorisant un modèle, avancé et leader au niveau mondial, de chaîne de blocs dans le domaine judiciaire, adapté au contexte chinois.

LES PRINCIPES DE BASE DE L'“ALLIANCE DES CHAÎNES DE BLOCS”

Pour ce qui est des principes de base, les Avis identifient quatre principes autour desquels doit être élaborée l'alliance des chaînes de blocs :

- i. recherche d'une coordination fondée sur le droit, et mise en relief de la collaboration et de l'interconnectivité;
- ii. préservation de l'ouverture et du partage, et priorisation des normes;
- iii. mise en exergue de l'application, et valorisation du développement basé sur l'innovation; et
- iv. garantie de la sécurité et de la fiabilité, et mise en lumière du progrès ordonné.

RÈGLES POUR CONSTRUIRE DES PLATEFORMES DE CHAÎNES DE BLOCS

Les Avis précisent que, lorsqu'ils construisent leurs plateformes de chaînes de blocs, les tribunaux populaires sont priés de :

- i. renforcer la conception de haut niveau pour l'application des chaînes de blocs;
- ii. faire avancer en permanence le renforcement des capacités en matière de promotion de l'interopérabilité de la technologie pour permettre une plus grande collaboration;
- iii. améliorer les capacités techniques de la chaîne de blocs judiciaire;
- iv. construire une plateforme judiciaire de vérification des chaînes de blocs basée sur Internet; et
- v. établir et optimiser un système normalisé.

Les Avis proposent de créer une plateforme judiciaire ouverte et partagée de chaînes de blocs entre les tribunaux populaires, et d'encourager le développement d'une alliance interopérable entre la plateforme judiciaire de chaînes de blocs et celles d'un genre différent, afin d'encourager en permanence les synergies. Selon les Avis, la mise à disposition d'une plateforme judiciaire de vérification des chaînes de blocs permettra à l'ensemble des parties de vérifier l'authenticité des données relatives à la médiation, aux preuves électroniques, aux documents portant sur des litiges et à d'autres données d'ordre judiciaire.

APPLICATION DE LA CHAÎNE DE BLOCS DANS LE DOMAINE JUDICIAIRE: QUELQUES SCÉNARIOS TYPES

Les Avis esquissent quatre scénarios types d'application de la technologie de la chaîne de blocs visant à en élargir l'utilisation dans le domaine judiciaire.

En premier lieu, les Avis proposent d'utiliser la capacité de la technologie de la chaîne de blocs à générer des données inviolables afin de renforcer la crédibilité de la justice, en offrant des garanties techniques pour la sécurité des données judiciaires, la fiabilité des preuves électroniques, le respect des procédures d'application de la loi et l'autorité des instruments judiciaires.

En deuxième lieu, les Avis suggèrent que l'application de la chaîne de blocs optimisera les procédures commerciales et améliorera l'efficacité des tribunaux, étant donné la capacité de la technologie à :

- i. permettre la circulation et l'application d'informations sur les dossiers;
- ii. connecter les procédures de médiation et de jugement;
- iii. relier les procédures de jugement et d'application de la loi; et
- iv. améliorer l'efficacité des procédures d'application de la loi.

En troisième lieu, les Avis suggèrent que la connectivité de la chaîne de blocs améliorera la collaboration judiciaire et facilitera les procédures, comme la vérification des qualifications des avocats, la collaboration entre instances judiciaires dans le traitement des affaires et la collaboration entre les services en matière d'application de la loi.

En quatrième lieu, les Avis suggèrent que l'utilisation des capacités de reconnaissance mutuelle et de fiabilité d'une alliance des chaînes de blocs totalement intégrée facilitera la gouvernance économique et sociale. Son application aidera de la sorte à donner à la propriété intellectuelle une protection efficace, à améliorer l'environnement commercial ainsi que le développement et l'utilisation des données.

L'objectif des Avis est de promouvoir activement la formation d'un mécanisme interopérable et collaboratif appuyé sur des plateformes de chaînes de blocs, au profit de la propriété intellectuelle, de la régulation du marché, de l'enregistrement de la propriété, des transactions, de la propriété des données, des échanges de données en ligne, ainsi que des institutions financières et des services gouvernementaux compétents.

L'image de marque d'une nation : bien plus qu'un symbole cosmétique

Patricio T. Murphy, spécialiste de la propriété intellectuelle et chercheur au sein du groupe de réflexion Red Argentina de Profesionales para la Política Exterior (Red APPE ou réseau argentin de spécialistes de la politique extérieure), Buenos Aires (Argentine)

À première vue, l'idée de créer une marque pays peut sembler simple. Il est en général fait référence à la stratégie adoptée par un pays pour véhiculer une image particulière de lui-même au-delà de ses frontières afin d'en retirer certains avantages. La notion est associée à l'existence d'un "grand marché mondial" où les pays, les villes et les régions rivalisent pour attirer le plus grand nombre de touristes, d'investisseurs, de consommateurs, d'étudiants, d'événements, etc.

Cependant, créer une marque pays n'est pas une tâche simple. Premièrement, l'image d'un pays dépasse largement les éléments mis en avant dans une campagne nationale de promotion de la marque, tels qu'un graphisme créatif, les paysages ou les produits ou services présentés. Ce qui est communiqué – consciemment ou inconsciemment – est aussi important que la perception générale du pays qu'ont les publics cibles. La façon dont ces perceptions se forment échappe largement au contrôle du spécialiste en stratégie de marque.

Deuxièmement, la manière dont un pays est évalué transcende son attrait économique ou commercial. Le processus fait également intervenir des facteurs tels que les mesures prises par le pays pour améliorer la qualité de vie de ses citoyens et la manière dont il contribue au bien-être de l'humanité au-delà de ses frontières.

L'IMAGE DE MARQUE D'UN PAYS: UN CONCEPT ÉVOLUTIF

Le concept de marque pays est un domaine de recherche qui a donné lieu à un certain nombre d'approches évolutives. Le conseiller politique indépendant, Simon Anholt, est largement considéré comme un pionnier en la matière. En 1996, il a inventé le terme de Nation Brand ou "marque pays" pour signifier que la réputation d'un pays se comporte un peu comme l'image de marque d'une entreprise ou d'un produit. À ce titre, l'image de marque d'une nation peut avoir une incidence significative sur sa prospérité, son bien-être et son bon fonctionnement.

Quelques années plus tard, S. Anholt s'est rendu compte que le concept de marque pays avait été mal interprété et déformé; il était assimilé à la croyance selon laquelle la gestion de l'image d'un pays pouvait être réduite à un ensemble de techniques de marketing. S. Anholt a alors



La représentation graphique de la marque pays est le moyen le plus direct pour un pays de véhiculer son image et d'identifier la provenance de ses produits et services phares.

introduit le concept d'identité compétitive, un modèle qui combine l'évaluation de l'identité d'un pays (et reconnaît ses forces et ses faiblesses) avec la possibilité de remodeler certains comportements et actions pour l'améliorer.

La notion d'identité compétitive souligne le fait que l'image d'un pays a plus à voir avec l'identité nationale et les aspects politiques et économiques de la compétitivité qu'avec les techniques de promotion des marques. À travers le prisme de l'identité compétitive, l'image d'un pays ne dépend pas de ce que le pays dit au monde, mais de ce que représente son identité nationale ainsi que de ses actions et comportements vis-à-vis de l'ensemble de la communauté mondiale. Cependant, S. Anholt note que les perceptions au niveau international de ce qu'un pays "représente" peuvent être façonnées au fil du temps, à mesure qu'il s'adapte et réagit stratégiquement à de nouveaux scénarios et circonstances.

D'après S. Anholt, une telle adaptation implique une approche sur plusieurs fronts où des mesures sont prises dans un large éventail de domaines (économique, politique, juridique, social et culturel). Il peut s'agir, par exemple, d'élaborer et de mettre en œuvre des politiques et des lois novatrices, de mettre en place des institutions modernes, d'encourager les sciences et les technologies de pointe et d'offrir des produits et des services novateurs ainsi qu'un environnement favorable aux investissements et aux affaires.

Outre S. Anholt, d'autres auteurs ont contribué au débat et proposé une série de perspectives sur la question. Certains considèrent l'image de marque nationale sous l'angle du marketing et de la gestion, d'autres sous celui des relations internationales et de la diplomatie publique. En fait, ces perspectives ont de plus en plus leur place dans le débat mondial sur la promotion de l'image de marque nationale.

MESURER L'IMAGE D'UN PAYS

Évaluer l'image d'un pays est une entreprise complexe. De nombreux facteurs économiques, politiques, culturels et sociaux doivent être pris en compte, y compris les perceptions des parties prenantes dans le monde entier. Cette tâche est rendue plus difficile encore par le fait que, inévitablement, les perceptions des parties prenantes externes sont influencées par leur origine, leur culture et leurs expériences et sont donc par nature biaisées. Malgré cela, un certain nombre d'indices et de rapports nous fournissent des informations utiles. Certains des plus connus sont présentés ci-dessous.

Anholt IPSOS Nation Brands Index : créé en 2005, cet indice est géré, depuis 2008, en association avec IPSOS, spécialiste mondial des études de marché, études sociales et d'opinion. Faisant figure de précurseur, il offre une évaluation globale d'un pays en fonction de sa performance à l'aune des six critères suivants :

1. Exportations – réputation des produits et services du pays.
2. Tourisme – niveau d'intérêt pour la visite du pays et ses attractions naturelles et artificielles.
3. Culture et patrimoine – valeur du patrimoine du pays et intérêt pour sa culture contemporaine (musique, art, cinéma, littérature et sports).
4. Gouvernance – opinion publique sur la compétence et l'équité du gouvernement national, ainsi que sur ses engagements face aux enjeux mondiaux.
5. Population – réputation mondiale en matière d'ouverture, d'amabilité ou de tolérance.
6. Investissements et immigration – capacité d'un pays à attirer des personnes pour y vivre, y travailler ou y étudier ou à inciter des entreprises à s'y installer, ainsi que la qualité de vie et l'environnement commercial offerts par le pays.

FutureBrand Country Index : publié depuis 2005, il évalue les 75 premiers pays en termes de PIB, selon la Banque mondiale, et les analyse en fonction de multiples variables réparties dans les deux rubriques ci-après :

1. Finalité – les valeurs, la qualité de vie et le potentiel commercial du pays.
2. Expérience – le patrimoine du pays, sa culture, son tourisme, ses produits et services.

L'indice évalue la perception des pays de la même manière que sont évalués les consommateurs et les marques d'entreprises. Il met l'accent sur le contexte social et économique d'un pays et sur sa capacité à attirer les investissements, le commerce et le tourisme. L'édition 2019 de FutureBrand a introduit le concept de *Countrymaking*, un nouveau cadre visant à mesurer les pays dans un contexte mondial et la façon dont les enjeux, tels que l'impact des nouvelles technologies, le changement climatique et les disparités entre hommes et femmes, affectent leur performance. FutureBrand note que le *Countrymaking* est un guide permettant de visualiser comment les pays réagissent, trouvent un équilibre et même prospèrent dans la nouvelle dynamique actuelle.

“La création d'une marque pays désigne généralement la stratégie adoptée par un pays pour véhiculer une image particulière de lui-même au-delà de ses frontières afin d'en retirer certains avantages.”

Les États membres de l'OMPI travaillent à la protection des marques pays

Les États membres de l'OMPI ont exploré un large éventail de questions relatives à la protection des marques pays dans le cadre du Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques de l'OMPI (SCT). De mai 2020 à septembre 2021, le SCT a sondé ses membres pour savoir comment les marques pays sont définies et sur quels fondements politiques prennent appui leur protection, leur reconnaissance, leur propriété et leur administration. Les résultats révèlent que 58% des 65 États membres interrogés ont pris la décision de créer une marque pays et que 9% d'entre eux ont l'intention de faire de même.

Les répondants ont cité la visibilité accrue du pays (93%), la promotion de la culture, des traditions et des valeurs du pays (91%) et la promotion du tourisme (91%) comme principales raisons de créer une marque pays. Les autres raisons citées sont l'augmentation des exportations (75%) et la possibilité d'attirer des investissements (73%). Plus de 80% des pays interrogés revendiquent la propriété des marques pays, généralement au travers d'entités publiques ou semi-publiques. Les résultats de l'enquête sont publiés dans le document SCT/43/8 Rev.2. Pour plus d'informations, veuillez contacter le secrétariat du SCT à l'adresse sct.forum@wipo.int.

Brand Finance Nation Brand Report: publié depuis 1996, ce rapport mesure la valeur financière d'une marque pays en dollars É.-U. et formule des recommandations d'experts pour l'augmenter. Brand Finance réalise son classement en appliquant l'approche "Royalty Relief". Elle consiste à estimer les revenus futurs probables d'une marque sur la base d'un taux de redevance estimé pour déterminer sa "valeur en tant que marque". En d'autres termes, elle évalue le bénéfice économique net que le propriétaire de la marque obtiendrait en la concédant sous licence sur le marché. Le rapport évalue les effets de l'image du pays sur son économie dans son ensemble et sur les marques d'entreprises qui y sont implantées. Le rapport indique la capacité du pays à promouvoir l'investissement intérieur et à exporter ses produits et services, ainsi que sa capacité à attirer les touristes et les migrants qualifiés.

En 2020, Brand Finance a lancé le Global Soft Power Index, qui classe les pays en fonction de leur capacité à influencer leurs pairs dans les domaines de la culture, de l'économie, des valeurs politiques, des sciences et technologies, etc., sans recourir à des mesures militaires ou économiques. On entend par "soft power" le pouvoir de convaincre - par opposition au pouvoir de contraindre - par l'attrait de ses valeurs, de ses pratiques ou de ses idées, une capacité qui dépend de la solidité de son ancrage au niveau national ainsi que de son comportement et de ses relations vis-à-vis de la communauté mondiale.

The Good Country Index: conçu par S. Anholt en 2014, il classe les pays en fonction de leur contribution au bien commun de l'humanité et des avantages qu'ils retirent des biens communs mondiaux, par rapport à leur taille (PIB). Cet indice a été élaboré pour souligner le fait que les plus grands défis auxquels l'humanité est confrontée aujourd'hui doivent être compris comme des phénomènes mondiaux et transfrontières par nature. Il se distingue en n'évaluant pas la performance d'un pays de manière isolée, mais dans le cadre de la communauté mondiale. Pour ce faire, il prend largement appui sur les bases de données des Nations Unies et mesure la contribution d'un pays dans des domaines tels que la science et la technologie, la culture, la paix et la sécurité internationale, l'ordre mondial, le climat, la prospérité et l'égalité. Pour les besoins de cet indice, le qualificatif "bon" n'est pas le contraire de "mauvais" mais s'oppose à "égoïste".

Grâce à ces indices, les décideurs politiques ont désormais accès à des outils puissants qui fournissent des analyses plus approfondies et plus granulaires de l'image ou de la marque d'un pays. Ces outils vont au-delà de l'attractivité économique et commerciale des pays sur le marché mondial pour évaluer leurs performances et leur réputation dans des domaines qui sont pertinents pour le bien-être national et/ou international.

RELEVER LES DÉFIS ET ENVISAGER UN MONDE NOUVEAU

Au cours de la dernière décennie, la communauté mondiale a commencé à prêter davantage attention aux défis et opportunités communs auxquels l'humanité est confrontée. En 2015, les dirigeants

esencial[®] COSTA RICA

Pour sa marque pays, le Costa Rica utilise la couleur verte pour traduire son engagement en faveur de la biodiversité, de la préservation de l'environnement et de la durabilité.

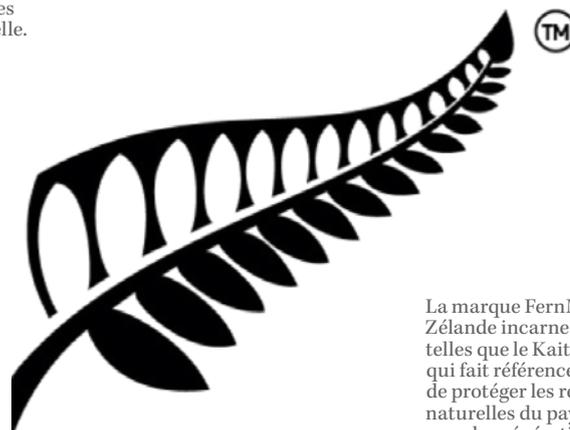


Cette marque est utilisée pour promouvoir les entreprises et/ou faciliter les interactions des citoyens et évoque le profil innovant de l'Estonie et son investissement dans l'infrastructure numérique.



Argentina

L'Argentine donne la priorité aux entreprises impliquées dans des questions mondiales (protection de l'environnement, approvisionnement alimentaire, énergie renouvelable, égalité des sexes) pour l'octroi de licences d'utilisation de sa marque officielle.



La marque FernMark de la Nouvelle-Zélande incarne des valeurs locales telles que le Kaitiaki, un concept maori qui fait référence à la responsabilité de protéger les ressources naturelles du pays aujourd'hui et pour les générations futures.

mondiaux ont adopté le Programme 2030, qui définit les objectifs de développement durable des Nations Unies visant à éradiquer la pauvreté, à protéger la planète, à promouvoir l'innovation et à assurer la prospérité dans le monde entier. Les débats et les préoccupations autour de questions spécifiques, notamment le changement climatique, l'égalité des sexes, les immigrants et les réfugiés, l'énergie nucléaire, la sécurité alimentaire mondiale et l'innovation, se sont multipliés. Certains ont abouti à des accords internationaux, comme l'Accord de Paris sur les changements climatiques.

Les faits montrent que ces défis atteignent des niveaux d'urgence et témoignent de la détermination des nouvelles générations à les relever en traçant des voies vers le bien-être mondial. Les outils permettant d'évaluer plus efficacement la performance d'un pays dans un contexte mondial ont évolué et se sont adaptés à ce nouveau paradigme; ils offrent une évaluation plus claire de la manière dont le comportement d'un pays façonne son image. Par exemple, les rapports les plus récents de ces indices mentionnent les réponses nationales aux événements mondiaux de premier plan, tels que la pandémie de COVID-19, le changement climatique et la quatrième révolution industrielle, et leur influence sur la réputation du pays. De nombreux pays reconnaissent l'importance de la durabilité, de l'innovation, de l'inclusion et de la diversité pour les nouvelles générations et prennent des mesures concrètes pour trouver une solution à ces questions importantes. Les informations générées par ces rapports apportent un éclairage précieux pour l'élaboration de politiques visant à faire progresser ces initiatives.

UN SIGNE A LE POUVOIR DE FAÇONNER LES PERCEPTIONS

L'image de marque d'un pays est un paysage vaste et complexe qui va bien au-delà d'une stratégie de marketing ou d'un élément graphique symbolique. Cependant, la représentation graphique de la marque pays a de la valeur et sa protection est cruciale. Ce symbole représente le moyen le plus direct dont dispose un pays pour véhiculer son image et identifier la provenance de ses produits et services phares. Ceux qui élaborent des stratégies de promotion d'une marque pays doivent ainsi reconnaître que ces éléments graphiques englobent également les valeurs et les actions/comportements qui façonnent les perceptions des parties prenantes internationales et la manière dont elles interagissent avec le pays. C'est pourquoi un signe graphique ou un emblème peut servir de levier positif pour stimuler le tourisme, les exportations, les investissements et attirer une main-d'œuvre qualifiée.

Enfin, il faut garder à l'esprit qu'une évaluation raisonnable d'une marque pays ne doit pas sous-estimer la taille du pays, ses ressources économiques, son histoire nationale, son rôle historique mondial et sa culture. La prise en compte de ces facteurs permettra une évaluation plus précise et plus nuancée de chaque pays.



34, chemin des Colombettes
Case postale 18
CH-1211 Genève 20
Suisse

Tél.: +41 22 338 91 11
Tlcp.: +41 22 733 54 28

Les coordonnées des bureaux extérieurs
de l'OMPI sont disponibles à l'adresse
www.wipo.int/about-wipo/fr/offices

Le **Magazine de l'OMPI** est une publication trimestrielle distribuée gratuitement par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), sise à Genève (Suisse). Il se propose de faciliter la compréhension des droits de propriété intellectuelle et du travail de l'OMPI dans le public et n'est pas un document officiel de l'OMPI.

Les appellations et la présentation des données qui figurent dans cette publication n'impliquent de la part de l'OMPI aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Les opinions exprimées dans cette publication ne reflètent pas nécessairement celles des États membres ou du Secrétariat de l'OMPI.

La mention d'entreprises particulières ou de produits de certains fabricants n'implique pas que l'OMPI les approuve ou les recommande de préférence à d'autres entreprises ou produits analogues qui ne sont pas mentionnés.

Pour tout commentaire ou toute question, s'adresser à l'éditeur:
WipoMagazine@wipo.int.

Pour commander une version imprimée du Magazine de l'OMPI, s'adresser à
publications.mail@wipo.int.

Publication de l'OMPI N° 121(F)
ISSN 1992-8726 (imprimé)
ISSN 1992-8734 (en ligne)