

2013



RAPPORT D'ACTIVITÉ

Agence du patrimoine immatériel de l'État

“

*Valoriser
le patrimoine immatériel,
un objectif compris et partagé*

”



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

ÉDITORIAL



Voici maintenant près de sept ans que la politique de valorisation du patrimoine immatériel de l'État a été initiée et que l'APIE promeut cette nouvelle dimension de la gestion publique, dans une conception vivante et ouverte de ces ressources.

La prise de conscience qu'une gestion optimisée des actifs immatériels constitue un précieux levier d'efficacité, de modernisation et de création de valeur au service de la collectivité s'est désormais largement diffusée au sein des administrations de l'État et de la sphère publique en général.

L'ambition de l'APIE est de susciter et d'accompagner les démarches d'innovation et de progrès répondant à ces enjeux, en favorisant l'échange d'expériences et l'appropriation des bonnes pratiques, en développant des approches novatrices et en apportant aux administrations un appui stratégique et opérationnel.

Le nombre sans cesse croissant d'entités faisant appel à l'APIE et manifestant une excellente satisfaction témoigne de la reconnaissance de l'apport original de l'agence. Cette reconnaissance c'est avant tout celle des compétences et de la mobilisation des hommes et des femmes de l'agence.

L'APIE a ainsi à nouveau en 2013 accentué son soutien aux administrations dans leurs démarches d'identification, de protection et de valorisation de leur patrimoine immatériel avec pragmatisme et réactivité.

L'Agence s'est attachée à enrichir son expertise pour offrir aux entités publiques des solutions répondant à la diversité des actifs immatériels publics et à leurs multiples potentialités, comme l'illustrent les témoignages présentés dans ce rapport.

L'APIE renforcera en 2014 son action pour favoriser la diffusion la plus large des démarches d'optimisation et contribuer pleinement à l'effort de modernisation de l'action publique.

Danielle BOURLANGE

Directrice générale de l'APIE

Sommaire

Introduction.....	4
L'immatériel public au service de la performance.....	6
Développer des stratégies de marque pour valoriser le capital immatériel	9
Ouvrir des lieux publics aux tournages et événements.....	11
Encourager la diffusion des contenus numériques.....	13
Développer une stratégie de valorisation des savoir-faire publics	14
Promouvoir une gestion raisonnée de la propriété intellectuelle.....	16
Les outils de mesure et de pilotage des actifs immatériels.....	17
L'APIE, ce sont aussi des actions en matière de mécénat.....	18
... et des actions de formation et de sensibilisation.....	20
Annexes	21
Annexe I : L'APIE dans les médias en 2013.....	22
Annexe II : Participation de l'APIE à des manifestations en 2013.....	24
Annexe III : Les ateliers thématiques de l'APIE.....	25
Annexe IV : Les formations conduites par l'APIE.....	26
Annexe V : Les autres actions de sensibilisation conduites par l'APIE.....	26
Annexe VI : Les Ressources de l'immatériel et autres publications de l'APIE.....	27



Introduction

Identifier, protéger et valoriser les actifs immatériels que détient l'État sont les maîtres-mots de l'action de l'APIE depuis maintenant près de sept ans. En 2013, l'Agence a, dans cette optique, mis son expertise au service de la modernisation des administrations et de la création de valeur économique et sociale.

Partant du constat que le patrimoine immatériel de l'État constitue un immense gisement dont il convient de tirer le meilleur parti pour la mise en œuvre des politiques publiques, l'APIE s'est donné pour ambition de faire de la prise en compte de ces actifs un réflexe.

L'APIE promeut ainsi de nouvelles approches et apporte son appui aux administrations pour favoriser une exploitation raisonnée de leur patrimoine immatériel qui contribue à la performance de l'action publique, à l'innovation et au développement d'initiatives d'intérêt général, profitables au plus grand nombre – les usagers, les administrations elles-mêmes, l'économie dans son ensemble – et serve l'attractivité de la France.

Les résultats obtenus par l'APIE en 2013 reflètent la prise de conscience, par les administrations, de l'intérêt que représente la valorisation du patrimoine immatériel. Ils témoignent également de la reconnaissance accrue du rôle et de l'apport de l'APIE. Chaque année, les gestionnaires publics sont en effet de plus en plus nombreux à se tourner vers l'Agence afin qu'elle les oriente et les accompagne dans l'élaboration et la mise en œuvre de leurs stratégies de protection et de valorisation de leurs actifs immatériels, au bénéfice d'une meilleure efficacité, d'une sécurité juridique renforcée, ou de ressources complémentaires.

En 2013, l'activité est restée soutenue dans les champs d'action désormais traditionnels de l'APIE : propriété intellectuelle, valorisation des savoir-faire, accompagnement des entités publiques dans le développement stratégique de leurs marques, ouverture des lieux publics aux tournages et événements... L'APIE a également poursuivi le déploiement de l'offre de gestion mutualisée des marques publiques. Plusieurs chantiers innovants ont en outre été lancés : partage des bonnes pratiques en matière de mécénat, participation à des groupes de travail en vue d'élaborer des guides pratiques pour des marchés mettant en jeu des droits de propriété intellectuelle (logiciels libres, communication), réflexion sur la capacité des personnes publiques à contrôler l'utilisation de leur image...

Enfin, pour asseoir pleinement la gestion de l'immatériel dans les stratégies des administrations, l'APIE a développé des outils de pilotage innovants.

De manière globale, l'année 2013 a confirmé le rôle majeur que joue l'APIE dans la diffusion de la culture de l'immatériel au sein des administrations françaises.





L'Agence du patrimoine immatériel de l'État

Née en 2007 à la suite du rapport Lévy-Jouyet, qui faisait le constat que l'État, tout comme les entreprises privées, était détenteur d'un patrimoine immatériel de grande valeur insuffisamment exploité, l'APIE est un service à compétence nationale rattaché à la Direction générale des finances publiques et à la Direction générale du Trésor.

Comptant 27 agents, l'APIE mène des actions de sensibilisation et propose aux entités publiques un accompagnement stratégique et opérationnel pour identifier, protéger et valoriser leurs actifs immatériels. L'APIE est également un lieu d'échange et de partage des bonnes pratiques.

Des actifs immatériels bien exploités contribuent à une meilleure efficacité de l'action publique, peuvent éventuellement générer des ressources complémentaires et peuvent profiter à l'ensemble de l'économie.

L'arrêté du 22 juillet 2013 modifiant l'arrêté du 23 avril 2007 créant l'APIE a notamment traduit la vocation de l'Agence à développer des services mutualisés de gestion des actifs immatériels au profit des services de l'État, à l'instar de la gestion mutualisée des marques initiée en 2011.

L'expertise de l'APIE repose sur une connaissance approfondie des spécificités du secteur public et sur une équipe pluridisciplinaire mixant sur chaque projet, de façon inédite dans l'administration, des compétences en marketing et en droit de propriété intellectuelle.

Au-delà du sens de l'intérêt général, les valeurs spécifiques de l'APIE sont le sens du partage, le pragmatisme, l'esprit pionnier et l'expertise.

LES CHIFFRES CLÉS DE 2013

17 ateliers

222 nouvelles saisines

219 marques gérées

1 700 cadres et agents
publics formés et sensibilisés

234 actions d'accompagnement réalisées

62 600 téléchargements



L'immatériel public au service de la performance

Depuis sa création en 2007, l'APIE a contribué à l'image d'un État à l'écoute des usagers et des acteurs économiques, capable d'intégrer de nouveaux enjeux et d'innover tout en consolidant sa mission de service public.

L'arrêté du 23 avril 2007, modifié le 22 juillet 2013, donne notamment pour missions à l'APIE de :

- proposer des orientations relatives à la **stratégie de gestion** des actifs immatériels de l'État, en vue d'assurer une meilleure valorisation de ce patrimoine ;
 - sensibiliser les administrations aux enjeux de la gestion de leur patrimoine immatériel en proposant des actions de formation et en veillant à la **diffusion de bonnes pratiques** dans les domaines relevant du champ de l'immatériel public ;
 - assister les administrations dans l'élaboration et la conduite de leur **stratégie de gestion des actifs immatériels** ;
 - proposer et mettre en œuvre des services mutualisés de gestion d'actifs immatériels.
- Les missions de l'APIE s'inscrivent dans un triple objectif :
- **optimiser** l'impact de la gestion du patrimoine immatériel sur l'économie ;
 - tirer parti d'une **meilleure valorisation des actifs** pour moderniser les services publics,
 - **prémunir l'État et les usagers** contre d'éventuels risques de détournement ou d'appropriation et garantir la disponibilité et l'intégrité des actifs immatériels.

Les actifs immatériels publics constituent en effet de puissants leviers de création de valeur économique et sociale ; l'enjeu d'une gestion optimisée est d'en tirer le meilleur parti au bénéfice de la collectivité. Lorsqu'ils sont identifiés et exploités, les actifs immatériels peuvent contribuer à une action publique plus efficiente. Leur valorisation relève aussi de stratégies d'ouverture, d'une part vis-à-vis d'autres administrations avec des démarches d'échange ou de mutualisation, d'autre part vis-à-vis des citoyens, des entreprises, des chercheurs... Le partage et la mise à disposition à des tiers des ressources immatérielles publiques permet de démultiplier la valeur de ces ressources et favorise le développement de services innovants et la création de richesse économique.

Cette dimension d'ouverture et de partage prend d'autant plus d'importance que l'environnement numérique se fait chaque jour plus prégnant, facilitant les échanges, rénovant les modes d'interaction entre l'administration et ses usagers et ouvrant des potentialités d'innovation et de valorisation toujours plus grandes.

La valorisation peut aussi être source de ressources complémentaires pour les administrations qui peuvent utilement contribuer à financer les missions de service public, notamment par des démarches de valorisation du savoir-faire, d'ouverture des lieux publics aux tournages ou aux événements ou encore de développement de licences de marques.

La mise en valeur des atouts immatériels des institutions publiques, qu'il s'agisse par exemple de leurs marques, de leur expertise ou savoir-faire ou encore de leurs lieux exceptionnels, contribue enfin à l'attractivité de la France et de ses territoires.

L'APIE s'attache à donner à ces objectifs leur pleine mesure en orientant et en apportant conseil et expertise aux administrations et aux opérateurs publics qui possèdent, souvent encore aujourd'hui, un patrimoine immatériel insuffisamment exploité ou pour lequel des marges significatives d'optimisation subsistent. L'Agence intervient ainsi dans sept grands champs : marques, ouverture des lieux publics aux tournages et événements, diffusion des contenus, savoir-faire, propriété intellectuelle, pilotage stratégique et mécénat.



Quatre modes d'action sont privilégiés : des actions de sensibilisation, des ateliers pour favoriser l'appropriation des bonnes pratiques et le partage d'expériences, des conseils sur des questions ciblées, un accompagnement stratégique sur des projets de protection et de valorisation d'actifs immatériels. Pour promouvoir une large diffusion des guides, référentiels et cadres de gestion novateurs élaborés par l'Agence, ceux-ci font l'objet d'une publication sur internet dans la collection des Ressources de l'immatériel qui comptait 28 titres fin 2013, et sur un site extranet dédié.

Par ailleurs, en préalable à l'élaboration d'une stratégie de valorisation d'un patrimoine immatériel, l'APIE peut réaliser un « audit flash », sous la forme d'une cartographie des principaux actifs immatériels valorisables. Cette analyse permet d'identifier les actifs les plus stratégiques, les enjeux et les risques attachés aux différents actifs, les axes de progrès et de formuler des premières recommandations.

L'action de l'APIE favorise de la part des administrations la prise de nouvelles initiatives, porteuses de gains d'efficacité pour le bénéfice des usagers, mais aussi celui des agents qui peuvent notamment y trouver une nouvelle forme de reconnaissance de leurs compétences ou une expression plus lisible des valeurs de leur service.



Que recouvre la notion de patrimoine immatériel de l'État ?

Il n'existe pas de définition juridique décrivant précisément la notion de patrimoine immatériel. Pour la comprendre, il faut donc privilégier une approche pragmatique et lister ses différents composants : données (géographiques, statistiques, etc.), images (photos et vidéos), textes, logiciels, brevets, marques (logos, noms de domaine, etc.), savoir-faire et expertises, certains lieux porteurs d'un prestige particulier, capital relationnel...

À cela s'ajoutent des actifs spécifiques que l'État est seul à détenir : le spectre hertzien, le pouvoir de réglementation de certaines activités...

Ces initiatives, qui sont aussi créatrices de richesse économique, participent *in fine* pleinement à l'objectif de modernisation de l'action publique.

Montant des immobilisations incorporelles comptabilisées dans le compte général de l'État (hors développements en cours et programmes militaires)

En millions d'euros (valeur nette)	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Logiciels, concessions, brevet etc.	582	901	950	1 059	1 515	1 107	1 295
Spectre hertzien	0	4 084	4 735	5 119	7 022	7 145	7 028
Autre	153	340	220	193	185	187	178
Total	735	5 325	5 905	6 371	8 722	8 439	8 501

Source : Compte général de l'État 2013 – DGFIP

L'APIE contribue activement à la prise en compte des actifs immatériels au bilan de l'État en partenariat avec la DGFIP, le producteur des comptes. Dans ce domaine, la France est précurseur en ayant été le premier État au monde à avoir comptabilisé à son bilan les fréquences hertziennes utilisées pour la télécommunication.



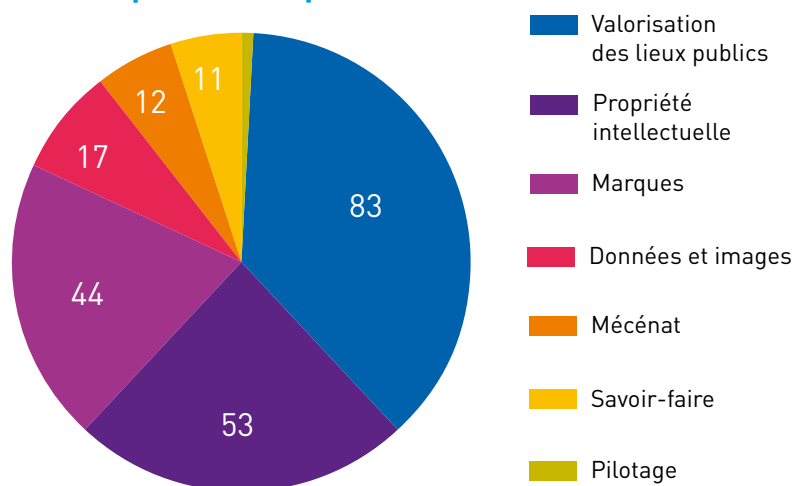


Une satisfaction qui ne se dément pas

Au fil des années, l'APIE est devenue un opérateur incontournable, aux compétences recherchées, grâce notamment à la pluridisciplinarité de ses équipes. L'Agence a su faire fructifier ses spécificités en constituant un gisement d'expertise publique disponible et capable de s'adapter aux besoins de ses commanditaires, ceux-ci exprimant un fort taux de satisfaction lors des enquêtes d'évaluation.

Systématiquement mesurée au terme des projets menés et des ateliers animés par ses collaborateurs, la qualité des prestations de l'Agence recueille en effet un niveau d'adhésion très satisfaisant (projets : 97 % de satisfaction ; ateliers : 91 %).

Saisines par thématiques



Une activité en croissance continue

Après une très forte augmentation entre 2011 et 2012 (+73 %), le nombre de saisines adressées à l'APIE par les administrations publiques s'est encore légèrement accru en 2013 (222 en 2013 contre 202 en 2012, soit une augmentation de 5 %). Cette progression continue témoigne de la sensibilité croissante des administrations aux enjeux d'une bonne gestion de leurs actifs immatériels et confirme la reconnaissance de l'apport de l'Agence pour l'élaboration et la conduite de stratégies de protection et de valorisation de leurs actifs immatériels. L'augmentation a notamment porté sur les questions relatives à la gestion des droits de propriété intellectuelle.

Les actions terminées en 2013 ont connu quant à elles une progression plus marquée, en lien notamment avec le rythme plus élevé des saisines observé depuis 2012 (234 en 2013 contre 179 en 2012, soit une augmentation de 31 %).

Développer des stratégies de marque pour valoriser le capital immatériel

Dans un contexte où les entités publiques doivent donner confiance aux usagers, améliorer sans cesse la qualité de service, authentifier leurs messages, la question de la marque est centrale. Développer et valoriser les marques publiques constitue un levier intéressant pour faire connaître et valoriser les atouts des entités publiques, donner du sens, fédérer les personnels autour de valeurs communes, se développer et rayonner.

S'interroger sur son identité, ses valeurs, l'image que l'on souhaite projeter et l'engagement pris vis-à-vis des usagers est une démarche fondatrice qui oriente la stratégie de la personne publique et contribue à l'amélioration de la qualité du service rendu et de la réputation. Définir sa marque, c'est se doter d'un cadre pour l'action. Il s'agit de créer ou de restaurer un contrat de confiance avec les usagers autour des services offerts et de la qualité de ces services. La marque constitue ainsi un levier de modernisation qui renouvelle la relation au citoyen.

La marque donne du sens et crée des repères, non seulement pour les usagers, mais également pour les personnels, autour de valeurs réaffirmées : la perception positive de l'action d'une institution par le public dynamise le sentiment d'appartenance des agents qui la composent, renforce leur adhésion à ses principes directeurs et leur mobilisation autour de ses objectifs stratégiques.

Mieux se connaître permet aussi de communiquer plus efficacement : les marques donnent de la lisibilité à l'action publique et permettent de mieux dialoguer et interagir avec ses publics en s'engageant sur une promesse claire et lisible. La réflexion sur la marque peut répondre également à la nécessité de signer ses prises de parole de façon lisible, d'être facilement identifiable dans l'univers numérique et ce, au bénéfice du citoyen qui saura mieux identifier la parole de l'administration.

[La valorisation et la protection des marques](#), sur le site de l'APIE



Exemples de marques pour lesquelles l'APIE a été sollicitée



L'année 2013 a confirmé la prise de conscience croissante de l'intérêt que peuvent représenter les stratégies de marques pour l'action publique. Des entités publiques plus nombreuses, notamment des universités, les Parcs naturels régionaux et les Parcs nationaux, ont fait appel à l'APIE pour un accompagnement dans l'élaboration de leur plateforme de marque.

Développer des produits ou services dérivés est également une forme possible de valorisation, qui permet non seulement de générer des ressources financières supplémentaires, mais aussi de contribuer au rayonnement et à l'attractivité de la marque. Cette démarche peut en effet permettre de toucher de nouveaux publics, d'étendre le territoire de la marque, de faire valoir un savoir-faire ou de renforcer la fidélité des usagers. Dans ce sens, elle a vocation à s'inscrire dans la stratégie globale de l'entité publique et doit se faire dans le respect des valeurs et du sens de la mission de service public.

Une telle démarche doit nécessairement relever d'une stratégie raisonnée (quels axes, quels publics, quel mode de gestion ...). L'APIE s'attache à apporter aux administrations les conseils utiles pour développer de telles stratégies.

La gestion mutualisée des marques

L'année 2013 a été marquée par une intense activité de gestion des marques pour le compte de plusieurs administrations de l'État (la plupart des directions des ministères économiques et financiers, le ministère de l'Intérieur, le ministère de la Culture, le SGMAP et la Cnil). Le portefeuille de marques confiées en gestion à l'APIE a connu une nouvelle extension, portant à 219 le nombre de marques gérées par l'Agence (contre 130 en 2012, soit une augmentation de 68 %).

Outre les actes de gestion courante (sécuriser le dépôt de nouvelles marques, mieux prévenir les risques, rationaliser les pratiques et mieux maîtriser les coûts de gestion des marques), l'Agence a contribué à mettre en place et sécuriser des règlements d'usage de différents labels et marques collectives.

L'APIE effectue par ailleurs une veille des nouveaux dépôts de marques susceptibles de porter atteinte aux intérêts publics. L'Agence a ainsi pu alerter à plusieurs reprises l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) sur des demandes de marques gênantes (par exemple : « Crédit national », « Centre national d'immatriculation » ou encore « Service Public Santé »).

En dehors de la gestion mutualisée, l'Agence a accompagné de nombreux services pour définir la meilleure stratégie de protection de nouvelles marques. Ainsi, ont bénéficié de l'expertise de l'Agence les Parcs nationaux de France dans le cadre de la création de leur marque de marquage des produits et services ou le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche lors du lancement de France Université Numérique.

La gestion des noms de domaines publics

Le choix d'un nom de domaine s'avère stratégique et doit être pensé, le cas échéant, en cohérence avec la politique de marque. En effet, marques et noms de domaine sont étroitement liés : ils constituent tous deux des signes distinctifs, véritables repères pour le citoyen, outils de mise en valeur de l'action publique. Marques et noms de domaine doivent donc faire l'objet



© UPEC/Nicolas DARPIN

Jean-Marie JOURAND,
directeur
de la communication
de l'UPEC

« L'Université Paris-Est Créteil (UPEC) a sollicité l'accompagnement des experts de l'APIE dans le cadre de son audit de marque.

L'apport de l'APIE a été décisif à chaque étape, tant dans le cadrage méthodologique du dossier que dans sa conduite, des études jusqu'aux recommandations.

La direction de l'université a salué l'approche sans langue de bois du diagnostic présenté. Nous avons souhaité confronter la préconisation de plateforme de marque à l'avis de notre communauté, qui a conforté l'axe retenu. Il s'agit maintenant de le partager en interne.

Pour la direction de la communication ce travail sur la marque permet de tracer une ligne d'horizon claire pour les trois ans à venir. »



« La Fédération des Parcs s'est rapprochée de l'APIE en 2012 dans le souci de renouveler l'ambition autour de la stratégie des Parcs naturels régionaux en matière de marque à usage commercial.

Même si l'utilisation de la marque sur des produits et services s'est développée dans les Parcs depuis quelques années, il semblait important de l'inscrire dans une logique prenant davantage en compte les

attentes des consommateurs et de préciser l'identité de la marque. De plus, nous avions besoin de clarifier des aspects juridiques conditionnant la mise en œuvre de la marque par les Parcs.

Nous avons donc trouvé au sein de l'APIE les compétences qui nous faisaient défaut en interne, notamment dans les domaines marketing et juridique.

Plus encore, nous avons pu développer un partenariat riche en écoute mutuelle et en conseil pertinent, avec l'envie partagée de faire progresser nos pratiques. Cette collaboration est aussi intéressante car elle s'inscrit dans le temps et prend en compte les nécessaires étapes de réflexion, de maturation et de prise de décision institutionnelle propres à notre réseau.

L'APIE nous a ainsi accompagnés sur l'ensemble du projet : de la définition de l'identité de la marque (plateforme de marque), jusqu'à l'élaboration d'un plan d'actions de la marque, dans l'optique d'une stratégie davantage mutualisée entre les 48 Parcs. »

Pierre WEICK, directeur de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France

d'une réflexion conjointe. L'APIE accompagne les administrations dans cette réflexion, en formulant des recommandations pour la réservation et la défense des noms de domaine.

Ouvrir des lieux publics aux tournages et événements

La valorisation des sites publics pour l'accueil de tournages ou d'événements privés constitue l'un des axes stratégiques de l'APIE depuis sa création.

La demande des professionnels de l'audiovisuel et de l'événementiel allant croissant, l'APIE s'est attachée à mettre en place une démarche structurée. Cette méthodologie a facilité l'action des administrations qui souhaitent développer une politique de valorisation dans un cadre reflétant leurs objectifs. L'Agence les a ainsi accompagnées pour élaborer des cahiers des charges, des chartes éthiques, des conventions, des grilles tarifaires, tout en offrant aux professionnels des procédures normalisées. Cela a notamment reposé sur la mise en place d'un référent unique par ministère, identifié comme point d'entrée pour les professionnels, et sur la transparence en matière de tarifs pratiqués.

Cette valorisation, qui permet de répondre de manière rapide et homogène aux demandes des professionnels, est porteuse de bénéfices à plusieurs titres :

- ressources supplémentaires, qui sont réaffectées au service qui a ouvert ses portes et peuvent donc contribuer à la rénovation des lieux ou au financement d'actions culturelles (exposition, par exemple) ;
- image moderne et ouverte de l'administration ;
- effet mobilisateur pour les agents publics ;
- opportunités nouvelles pour les professionnels ;
- accroissement de l'attractivité de la France pour des productions audiovisuelles et, en conséquence, retombées en termes touristiques.

[Accueillir des tournages et événements dans des lieux publics](#), sur le site de l'APIE

2013 a vu se concrétiser 774 projets audiovisuels (principalement des films, téléfilms ou documentaires), accueillis dans des lieux publics référencés par l'APIE, contre 494 en 2012 (soit une augmentation de 57 %). Cette année fut également riche en projets événementiels, avec pas moins de 695 événements accueillis dans les lieux publics référencés par l'APIE.



« L'Université Pierre et Marie Curie (UPMC) a été le premier établissement d'enseignement supérieur français à créer, en novembre 2012, un service dédié à la valorisation de son patrimoine immobilier, baptisé Service Promotion/ Locations des Espaces du Campus Jussieu (SPLE).

À la suite de cela, nous avons commencé à poser les premières bases en nous concentrant sur plusieurs chantiers majeurs : l'installation des procédures internes, l'étude de marché de nombreux espaces dans Paris, la rédaction de conditions générales de location et la révision de la convention.

Nous avons sollicité l'APIE, à la suite d'un mailing de l'Agence présentant les différents accompagnements possibles dans tous les domaines. Les experts de l'APIE ont pu nous apporter un éclairage sur nos documents et surtout sur l'étendue des aides possibles. Nous avons apprécié la première prise de contact sur site avec les experts de l'APIE pour cerner au mieux nos demandes et prendre connaissance du patrimoine.

L'apport de l'APIE a été primordial pour l'installation de notre service. En effet, le poids et la légitimité de cette Agence nous a permis de nous conforter sur notre grille tarifaire et de nous appuyer sur une expertise sans précédent pour les questions juridiques telles que la mise en place de conventions, la possibilité de référence des traités... Notre collaboration avec l'APIE nous a permis de planifier la construction du service, de nous appuyer sur un savoir-faire très solide et d'acquérir certaines compétences que nous n'avions pas, comme par exemple, la tarification des tournages et prises de vues. »

Laurent ONG, chef du Service Promotion/Locations des Espaces du Campus Jussieu



MARCHÉ DU FILM
FESTIVAL DE CANNES

Le Marché du film à Cannes

Pour la troisième année consécutive, l'APIE a fédéré ministères et établissements publics (Affaires étrangères, Justice, Intérieur et Gendarmerie nationale, Défense, Haras nationaux, Musée Guimet, Mobilier national, Observatoire de la Côte d'Azur, Université Sophia Antipolis) pour une présence mutualisée, en mai, au Marché international du film à Cannes. Cette présence vise à susciter l'intérêt des réalisateurs français et étrangers pour l'offre publique de tournages et à renforcer l'attractivité de la France dans un domaine concurrentiel, très gratifiant pour l'organisme et le territoire choisis.



Crédit : intérieur de la maison Goumnov (ambassade de France à Moscou)
© Ministère des Affaires étrangères et du développement international/Frédéric de la Mure



Encourager la diffusion des contenus numériques

Les entités publiques produisent et diffusent, dans le cadre de leurs missions, de grandes quantités d'informations sous des formes très diverses (rapports, études, articles, bases de données, photothèques, archives, etc.). Ces ressources représentent un actif immatériel de premier ordre, utile à la fois pour éclairer la prise de décision dans la conduite des politiques publiques, pour diffuser des connaissances, informer le public, développer des services innovants et, plus généralement, répondre aux besoins de la société.

L'enjeu est à la fois d'exploiter au maximum cette richesse pour une mise en œuvre efficiente des missions de service public, en assurant une bonne circulation des informations entre les administrations, et de valoriser ces contenus en les diffusant et en mettant à profit les potentialités offertes par les nouveaux usages et technologies numériques.

L'ouverture des données publiques pour en permettre la réutilisation la plus large possible répond à ces enjeux.

La diffusion des productions numériques de l'administration répond en effet à un impératif de transparence et constitue également un vecteur de création de richesse économique et d'innovation, grâce aux nouvelles applications et services rendus possibles à partir de cette matière première. La prise d'initiative et l'imagination de tiers peuvent notamment permettre la création de services d'intérêt général utiles aux citoyens.

L'APIE a pris part, en 2013, à un certain nombre de travaux visant à favoriser la réutilisation des données publiques.

En particulier, l'Agence a poursuivi sa collaboration active aux travaux du Comité d'orientation de l'édition publique et de l'information administrative (COEPIA), à travers sa participation à la formation spécialisée consacrée à la mise à disposition et à la valorisation des données publiques ; formation dont la directrice de l'APIE a été co-rapporteur général jusqu'en juillet 2013. Cette participation s'est notamment traduite par la publication :

– d'une contribution du COEPIA sur les informations dans le domaine de la santé, versée

au débat ouvert par le ministère des Affaires sociales et Etalab sur l'ouverture des données de santé (voir pp. 5-6 de [La lettre du COEPIA](#), n° 10, avril 2013) ;

– du mémento [La protection des informations à caractère personnel dans le cadre de l'ouverture et du partage des données publiques](#) (septembre 2013), qui rappelle les règles essentielles à respecter en matière de réutilisation des données à caractère personnel.

Par ailleurs, l'APIE a contribué aux négociations visant à réviser la directive de 2003/98/CE du 17 novembre 2003 concernant la réutilisation des informations du secteur public. L'Agence a joué un rôle actif, aux côtés d'Etalab et du Secrétariat général aux affaires européennes (SGAE), en étant force de proposition dans la recherche de compromis permettant de concilier les différentes positions des États membres. Le processus de révision s'est conclu par la publication de la [directive 2013/37/UE](#) du 26 juin 2013.



Étude sur la gestion des actifs immatériels au sein des opérateurs publics

Afin de mieux connaître les pratiques en matière de gestion des actifs immatériels au sein des opérateurs publics, l'APIE a lancé au printemps 2013, en collaboration avec l'Institut d'études politiques de Paris, une vaste enquête auprès des 431 organismes couvrant tous les domaines d'intervention de l'État. Près de 190 réponses ont été reçues, ce qui constitue un taux de retour remarquable et démontre l'intérêt grandissant pour cette thématique. La synthèse des retours, riche d'enseignements, permet d'obtenir une bonne indication de la perception et des modes de gestion des actifs immatériels au sein des organismes publics français.

Les réponses obtenues montrent que la satisfaction des usagers et la réputation de l'entité sont les deux actifs immatériels les plus importants aux yeux des opérateurs, suivis par les compétences et connaissances des agents et l'efficacité des systèmes d'information. Par ailleurs, l'enquête a montré que 60 % des organismes interrogés incluent des objectifs relatifs à la gestion du patrimoine immatériel dans leur contrat d'objectifs et de performance.

[La synthèse de l'étude sur la gestion des actifs immatériels au sein des opérateurs publics](#)

La valorisation des données et images, sur le site de l'APIE

La valorisation de certaines données et contenus relève d'une approche particulière, notamment lorsque ceux-ci sont grevés de droits de propriété intellectuelle de tiers (fonds photographiques par exemple). L'APIE contribue à la réflexion de certaines administrations et opérateurs publics afin de favoriser la meilleure exploitation de ces contenus spécifiques.

Au-delà d'une meilleure exploitation interne de ces ressources, il s'agit de définir une stratégie de conservation et de diffusion optimales, au

regard de l'intérêt que représentent ces contenus pour la collectivité tout en tenant compte des contraintes de financement (par exemple pour numériser et indexer les fonds) et des droits de propriété intellectuelle qui leur sont attachés.

Les stratégies de diffusion doivent ainsi tenir compte des attentes des utilisateurs potentiels afin d'optimiser leur valeur d'usage, mais également des bénéfices potentiels en termes de visibilité des missions de service public et de rayonnement des entités publiques.

Développer une stratégie de valorisation des savoir-faire publics

La sphère publique est riche de nombreux savoir-faire dans les domaines économique, technique, scientifique, culturel ou encore en matière de gestion et d'organisation. Ses expertises et ses compétences sont souvent spécifiques, voire uniques, du fait de ses missions.

Les savoir-faire représentent autant d'actifs immatériels susceptibles de contribuer à l'efficacité de l'action publique, s'ils sont protégés, partagés et valorisés.

Les enjeux de leur valorisation sont ainsi multiples : enrichissement des compétences et des connaissances des agents, diffusion des innovations au sein de la sphère publique et au profit de la sphère privée, performance et reconnaissance de l'action publique, rayonnement de la France à l'international... Cette valorisation peut aussi être un vecteur de ressources complémentaires pouvant utilement contribuer aux missions de service public.



Valorisation du savoir-faire : de quoi parle-t-on concrètement ?

Il peut s'agir, par exemple :

– d'une offre de formation :

Les organismes publics peuvent disposer de compétences techniques très spécifiques susceptibles d'intéresser des entreprises. La définition d'une offre de formation professionnelle continue peut ainsi répondre à des besoins identifiés, tout en s'inscrivant dans le prolongement de la mission de service public.

– d'exportation de savoir-faire :

Le savoir-faire de certains organismes publics jouit d'une image d'excellence à l'international. Certains États souhaitent bénéficier de l'expertise française en confiant des missions de conseil ou d'accompagnement à une administration française.

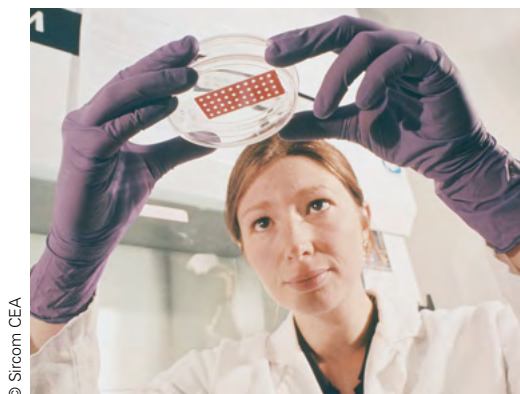
– de partage de certaines innovations :

L'administration, pour ses besoins propres, développe certaines innovations qui peuvent se révéler utiles pour le secteur privé et d'autres administrations, en France et à l'international. Il peut s'agir, par exemple, de développements informatiques, de méthodes ou de dispositifs techniques spécifiques.

[Savoir-faire et expertise](#), sur le site de l'APIE

Depuis trois ans, l'APIE a entrepris un travail de sensibilisation des administrations sur ce sujet afin de les aider à identifier leurs savoir-faire et les créations qui en découlent (logiciels, méthodes, brevets...), les possibilités de valorisation, leurs bénéficiaires potentiels (autres administrations, entreprises ou chercheurs, en France et dans le monde).

Cette sensibilisation a porté ses fruits et plusieurs administrations ont souhaité être accompagnées par l'APIE pour élaborer une stratégie de valorisation de leur savoir-faire dans le prolongement de leurs missions de service public, via par exemple des prestations d'expertise ou des offres de formation. L'Agence a ainsi assisté, en 2013, la Marine nationale dans l'étude du développement d'une offre de formation à l'attention d'entreprises. La valorisation en France et à l'international d'innovations technologiques constitue aussi un axe fort. Ainsi, l'APIE a contribué aux réflexions préliminaires du GENES (Groupe des écoles nationales d'éco-



© Siroom CEA

nomie et de statistique) sur une stratégie de mise à disposition d'acteurs publics et privés du dispositif innovant développé dans le cadre du CASD (Centre d'accès sécurisé distant). Ce dispositif breveté, qui permet un accès sécurisé à des données sensibles, a ainsi permis en 2013 l'ouverture aux chercheurs d'un accès aux données fiscales.



Capitaine de frégate Antoine GOULLEY, adjoint au directeur de l'enseignement, Centre d'instruction naval de Saint-Mandrier

« Constituant la plus grande école de la Marine nationale, le Centre d'instruction naval de Saint-Mandrier (CIN) et, plus largement, la Marine nationale, suscite l'intérêt croissant du monde civil de par son expertise, son savoir-faire et la qualité de ses équipements. Les sollicitations de plus en plus nombreuses l'ont amené à s'interroger sur les pistes, à la fois techniques et juridiques, de valorisation potentielle de son patrimoine immatériel. C'est dans ce contexte qu'il a initié, en octobre 2012, une collaboration avec l'APIE. La démarche a consisté à aider la Marine à identifier, au moyen d'une étude de marché, le contexte économique dans lequel s'insère son offre de formation et à étudier les possibilités juridiques de valoriser ce patrimoine. Grâce à des échanges réguliers et des déplacements sur site, les équipes de l'APIE ont mené une enquête approfondie qui s'est matérialisée par du benchmark et des entretiens avec les publics cibles afin d'évaluer leur appétence pour l'offre. En particulier, l'étude a permis d'identifier le segment de marché sur lequel le positionnement du CIN serait le plus intéressant. Forte de son expertise interministérielle, l'APIE a également produit un travail fouillé sur l'articulation des différents textes juridiques applicables en l'espèce.

L'investissement de l'APIE dans ce projet a été complet et les documents produits particulièrement bénéfiques puisqu'ils ont permis d'élargir le spectre des opportunités de développement dont dispose la marine. Depuis, le CIN a notamment entrepris des travaux visant le développement de synergies autour de ses formations avec le monde civil. »

Promouvoir une gestion raisonnée de la propriété intellectuelle

La propriété intellectuelle occupe de façon générale une place croissante dans la gestion publique et singulièrement dans la gestion des actifs immatériels.

Cette dimension de la gestion concerne d'une part, les contenus que l'administration utilise et acquiert en particulier dans le cadre de marchés publics et d'autre part, les contenus qu'elle produit.

L'enjeu est à la fois de sécuriser l'utilisation et la diffusion des contenus sur lesquels des tiers détiennent des droits, de protéger certains actifs immatériels contre les risques d'appropriation ou de détournement auxquels ils peuvent être exposés, de développer une gestion équilibrée des droits prenant pleinement en compte les besoins de l'administration, les enjeux financiers et les implications dans les processus d'innovation et de création de valeur au sein de l'économie.

L'APIE a fortement développé ses actions de sensibilisation et de conseil afin de diffuser les bonnes pratiques, promouvoir les bons réflexes

et contribuer à la sécurité et l'efficacité de la gestion des droits de propriété intellectuelle.

[Administration et propriété intellectuelle](#), sur le site de l'APIE

Ainsi, l'expertise de l'APIE a été régulièrement sollicitée par les administrations. En 2013, l'Agence a notamment apporté son expertise en matière de propriété intellectuelle pour la mise en place de la plateforme France Université Numérique.

De plus, la question des droits de propriété intellectuelle dans les marchés publics a concentré une forte activité de l'Agence en 2013, soit en réponse à des saisines en nette augmentation, soit dans le cadre de groupes de travail.

Progressivement, ce sujet s'inscrit dans la démarche générale d'optimisation des achats de l'État, notamment par un usage généralisé des cahiers des clauses administratives générales – prestations intellectuelles et techniques (CCAG-PI et TIC), que l'APIE a contribué à rédiger.

© François Girard



Jean-Baptiste HY,
directeur du Service
des achats de l'État
(SAE)

« Le SAE souhaite sensibiliser les acheteurs publics sur les droits de prestations intellectuelles des marchés et leur fournir des outils clés en main. La propriété intellectuelle reste en effet peu connue des acheteurs publics alors même que ces questions sont stratégiques et essentielles.

Les cahiers des clauses administratives générales en matière de propriété intellectuelle (CCAG-PI) et de techniques de l'information et de la communication (CCAG-TIC), proposent deux options, laissant à l'acheteur le soin de préciser tous les paramètres juridiques et techniques pour rendre effectif le choix du mode de propriété souhaité.

Afin de traiter ces questions, le SAE s'est rapproché de l'APIE, dont l'expertise et l'expérience en ce domaine sont venues alimenter la réflexion de plusieurs groupes de travail. Son appui a été central pour la rédaction des modèles de clauses de propriété intellectuelle pouvant être insérées dans des marchés publics impliquant des logiciels libres. Cette collaboration nous a permis de publier un guide sur l'achat de logiciel libre ainsi qu'une fiche technique qui expose les différents modes d'acquisition de la propriété intellectuelle en matière de TIC.

L'expertise et la réactivité de l'APIE pour nous conseiller dans ce domaine sont également de réels atouts pour notre action quotidienne et le SAE souhaite poursuivre activement cette collaboration au service notamment de la professionnalisation des acheteurs. »



L'APIE a apporté son concours à différents travaux visant à produire des référentiels utiles aux acheteurs publics. À titre d'exemple, citons la participation au groupe de travail piloté par le SAE et la DISIC, dont l'objectif était de fournir aux acheteurs publics des modèles de clause de propriété intellectuelle, leur permettant notamment de diffuser sous licence libre des logiciels développés par un prestataire dans le cadre d'un marché public. Ce groupe de travail s'inscrit dans le cadre des orientations définies par [la circulaire du Premier ministre du 19 décembre 2012](#) pour l'usage des logiciels libres dans l'administration.

Le guide issu de ce groupe de travail a été diffusé en mars 2014.

L'APIE participe également au groupe d'étude des marchés (GEM) relatif aux « prestations de communication », en coopération avec la Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS), la Direction des affaires juridiques (DAJ) des ministères économiques et financiers et le SAE. Ce guide a comme objectifs d'aider les acheteurs publics à :

- mieux connaître les spécificités des presta-



L'APIE conforte sa présence sur internet

Avec près de 46 000 visites en 2013, [le site de l'APIE](#) a connu une affluence croissante (+ 60% par rapport à 2012). Ainsi, le site a enregistré plus de 98 000 pages vues et près de 62 600 téléchargements.

Des ressources complémentaires (documents de référence et outils tels que des conventions types) sont également mises à la disposition des acteurs publics, sur un site extranet dédié, afin de favoriser la diffusion des bonnes pratiques au sein de l'administration.

tions de communication qui mettent notamment en jeu des droits de propriété intellectuelle et l'activité de sous-traitants ;

- améliorer les conditions de déroulement des consultations et la qualité des documents contractuels.

Les travaux aboutiront à l'élaboration d'un guide de l'achat public de prestations de communication courant 2014.

Les outils de mesure et de pilotage des actifs immatériels

L'exécution des missions de service public repose largement sur des éléments immatériels tels que les savoir-faire des agents publics, les bases de données et autres développements informatiques, les marques publiques ou encore la capacité organisationnelle et managériale. Toute entité publique s'appuie sur ces actifs pour répondre aux attentes des usagers, créer de la valeur sociale et économique, développer son activité, innover. Un service public plus moderne et plus efficient passe donc obligatoirement par une optimisation de cette ressource immatérielle.

L'absence de substance physique complexifie toutefois la gestion du patrimoine immatériel et requiert des outils adaptés. Des approches ont certes été développées dans le secteur privé pour lequel, désormais, la compétitivité se joue essentiellement sur les actifs incorporels, mais la spécificité des objectifs même du secteur public et l'absence de flux financiers rendent difficile leur adaptation à ce contexte.

C'est la raison pour laquelle des outils spécifiques de mesure et de pilotage des actifs immatériels sont développés par l'APIE en s'inspirant de modèles pouvant exister en France et à l'international, et en y apportant l'expertise pratique développée par l'Agence sur les différentes composantes de ce patrimoine.

[Le pilotage des actifs immatériels](#), sur le site de l'APIE

L'APIE a développé ainsi une méthodologie permettant aux gestionnaires publics de procéder à une identification raisonnée de leurs principaux actifs immatériels en fonction des enjeux stratégiques qui leur sont attachés. Cette analyse permet de sélectionner des projets d'optimisation du patrimoine immatériel (et des indicateurs pertinents associés) en fonction des priorités fixées. Cette méthodologie a été synthétisée dans une fiche de la collection Ressources de l'immatériel : [Développer le pilotage stratégique et la mesure des actifs immatériels des entités publiques](#).



L'objectif de ces travaux est de favoriser la pleine prise en compte de la dimension immatérielle dans la réflexion stratégique des entités publiques et de contribuer ainsi au processus de modernisation et d'innovation au sein du secteur public.

L'APIE contribue également à la prise en compte des actifs immatériels dans les comptes de

l'État et de ses opérateurs. L'Agence apporte notamment son appui méthodologique pour identifier les actifs immatériels susceptibles d'être comptabilisés au bilan d'un établissement (dépenses en recherche et développement, frais de dépôts des brevets et marques, dépenses de développement de projets informatiques et bases de données...) et pour déterminer la valeur comptable correspondante.



Conférence « Patrimoine immatériel et territoires »

Le 17 octobre 2013, l'APIE, la Chaire de management de l'immatériel (Université Paris-Sud) et la Caisse des dépôts ont organisé la conférence « Patrimoine immatériel et territoires ». Celle-ci visait à étudier la création de valeur socio-économique au niveau d'un territoire grâce à une fertilisation croisée entre actifs immatériels publics et privés. Cette thématique, originale, a notamment été illustrée par deux cas concrets : le patrimoine culturel et les politiques d'innovation.

Les échanges ont permis de réaffirmer l'importance des territoires dans un contexte où le développement du numérique aurait pu conduire à la réduire fortement au profit de l'espace virtuel. Le secteur public peut certainement contribuer au renforcement de l'attractivité de nos territoires, *via* la valorisation d'actifs immatériels de premier plan comme des marques publiques (à l'instar du Louvre Lens) ou des expertises et des savoirs (universités, établissements publics de recherche) qui, partagés avec des tiers, peuvent créer une valeur économique et sociale importante.

De l'interaction entre acteurs publics et privés naissent également de nouvelles classes d'actifs immatériels co-construits (effet réseau, confiance, connaissances tacites, image de marque d'un territoire, etc.), plus difficiles à identifier et à mesurer que les actifs immatériels plus classiques comme les brevets. Mieux comprendre ces phénomènes peut permettre d'en améliorer le pilotage et la création de valeur induite.

L'APIE poursuivra en 2014 l'étude de cette thématique en contribuant à des travaux académiques et en participant notamment à des études de cas.

[La synthèse de la conférence « Patrimoine immatériel et territoires »](#)

L'APIE, ce sont aussi des actions en matière de mécénat...

Parmi les partenariats noués par les administrations, le mécénat est de plus en plus prisé et utilisé. Il permet en effet de réaliser et de financer des actions d'intérêt général grâce à une collaboration étroite avec des personnes privées et notamment des entreprises.

Il s'agit d'une forme particulière de valorisation du patrimoine immatériel des personnes publiques : les mécènes trouvent en effet intérêt à s'associer à l'image, à la renommée, au pa-

trimoine historique ou culturel, au savoir-faire, aux valeurs des entités publiques.

Le mécénat ne se résume ainsi pas à une simple recherche de financements complémentaires : c'est une démarche dont la réussite passe par la définition d'un projet et de valeurs susceptibles de faire sens pour une entreprise mécène.

L'APIE est fréquemment sollicitée par des administrations ou établissements qui souhaitent

définir une politique en matière de mécénat, la professionnaliser ou résoudre des questions d'ordre juridique.

[Administration et mécénat](#), sur le site de l'APIE

Plusieurs actions ont ainsi été menées en 2013 afin de répondre à ces demandes :

- des ateliers de sensibilisation sur la mise en œuvre d'une stratégie de mécénat et sur des thématiques plus spécifiquement juridiques ;
- des groupes de travail et de réflexion sur des sujets d'intérêt commun, qui font l'objet de pratiques hétérogènes, comme par exemple la définition des contreparties.

L'APIE a entrepris l'élaboration d'outils qui seront diffusés en 2014 : un guide pour la rédaction d'une charte éthique pour les entités publiques bénéficiant d'un mécénat d'entreprise et une convention-type de mécénat financier.

Elle a également mis en place un club informel réunissant les missions mécénat des ministères en charge de la culture et de l'environnement et les experts de certains ministères (ministère des Sports, de la Jeunesse, de l'Éducation populaire et de la Vie associative, ministère de la Défense, ministère des Affaires étrangères) afin de développer les échanges sur les bonnes pratiques, de travailler en réseau, de mutualiser l'examen de certaines difficultés et de favoriser une meilleure compréhension commune des attentes des mécènes et de leur mode de fonctionnement.

Enfin, l'APIE a accompagné plusieurs établissements pour la définition et la mise en place d'une stratégie de mécénat.



« L'institut national de jeunes sourds (INJS) de Paris a engagé depuis 2012 une collaboration étroite avec l'APIE qui a amené une contribution très significative à la valorisation du patrimoine immatériel de l'établissement.

Dans le domaine de la mise à disposition de ses espaces pour des tournages ou des événements, l'établissement est désormais doté d'un dispositif complet permettant de garantir au mieux ses intérêts : conditions générales, conventions particulières, grille de tarification.

Dans le domaine des relations avec les entreprises et les mécènes, l'APIE a produit un document de préconisations précis et très complet qui va permettre à l'INJS de développer ce type de partenariats. En particulier, c'est une aide très appréciable pour favoriser l'insertion professionnelle des élèves de l'Institut et développer des projets pédagogiques innovants.

Enfin, la troisième et dernière livraison réalisée dans le cadre de la saisine initiale de l'APIE s'est traduite, en décembre 2013, par la remise d'un rapport très complet sur la valorisation du patrimoine historique de l'Institut (archives, fonds photographiques, publications anciennes, visites des locaux).

Cette collaboration avec l'APIE est en tout point fructueuse ; ses professionnels sont compétents et disponibles ; le travail rendu est d'une grande qualité technique et juridique.

L'INJS a récemment sollicité l'APIE pour une nouvelle mission portant sur le développement de son activité éditoriale. »

Jean-François DUTHEIL, directeur de l'Institut national de jeunes sourds de Paris



Céline RAMONDOU, responsable du département des expositions et du mécénat, Musée des arts et métiers

« Le Musée des arts et métiers a engagé, il y a quelques années déjà, une démarche de mécénat à destination des entreprises et fondations.

En 2013, nous avons éprouvé le besoin d'être conseillés sur notre politique de mécénat, et notamment sur les outils mis en place ou à mettre en place par le Musée, telles que les conventions, la grille de contreparties et la charte éthique.

L'accompagnement sur mesure de l'APIE a duré plusieurs mois et nous a permis d'obtenir une validation de nos pratiques existantes, une réponse concrète et pratique concernant la valorisation de la visibilité de nos mécènes (valorisation des contreparties immatérielles dans notre grille de contreparties) ainsi que l'élaboration de nouveaux outils, telle que notre nouvelle charte éthique mécénat. Le travail a été mené en réelle collaboration avec l'équipe de l'APIE.

Merci à elle pour la qualité de son écoute, sa disponibilité et son professionnalisme pluridisciplinaire. »

... et des actions de formation et de sensibilisation



Les Ressources de l'immatériel

Afin d'aider les décideurs publics dans leurs démarches de valorisation des actifs immatériels, l'APIE conçoit et met régulièrement à leur disposition

des publications et outils apportant repères méthodologiques et informations.

Élément phare de ce dispositif de communication, la collection « **Ressources de l'immatériel** » s'est enrichie, en 2013, de 4 nouvelles plaquettes thématiques pour totaliser 28 titres (voir l'annexe VI).

Déclinés en trois séries (Cahiers pratiques, Pour comprendre, Pour agir), ces supports traduisent les priorités de l'APIE, abordent les différents domaines de valorisation des actifs immatériels et guident les administrations en leur fournissant des réponses opérationnelles et concrètes.

Disponibles sur le site internet de l'APIE, ces ressources documentaires sont accessibles à tous. En 2013, les fiches de la collection « Ressources de l'immatériel » ont été téléchargées plus de 46 500 fois, soit deux fois plus qu'en 2012.

Depuis 2009, l'APIE mène des actions de sensibilisation et de pédagogie (voir l'annexe V) auprès des futurs cadres de l'administration, en intervenant dans les principaux centres de formation du réseau des écoles de service public : Institut national des études territoriales, Instituts régionaux d'administration... L'objectif est de sensibiliser les futurs gestionnaires publics aux enjeux des actifs immatériels en montrant que des actifs bien exploités contribuent à une meilleure efficacité de l'action publique et peuvent être créateurs de valeur économique et sociale pour la collectivité dans son ensemble.

La politique de sensibilisation de l'APIE s'illustre également dans les ateliers thématiques. Au nombre de 17 en 2013, à destination des personnes publiques (près de 400 personnes en 2013), ils constituent un levier essentiel de partage et de diffusion des bonnes pratiques (voir l'annexe III).

En 2013, l'APIE a notamment développé des actions de sensibilisation en matière de droits de propriété intellectuelle, avec sept ateliers sur ce thème. Un cycle spécifique a notamment été créé autour de trois ateliers : Administration et droits de propriété intellectuelle ; Marchés publics CCAG-PI et CCAG-TIC ; Bases de données, marchés publics et informations publiques.

Un cycle de trois ateliers sur le thème du mécénat a en outre été inauguré en 2013.

Par ailleurs, l'APIE s'est associée avec Communication publique pour organiser le cycle « Actifs immatériels et communication », composé de trois sessions (voir l'annexe II), qui a donné lieu à la parution d'un numéro spécial de *Parole publique* : « Valoriser les actifs immatériels publics : un nouveau champ pour la communication ».

L'APIE développe enfin des actions de formation, en partenariat avec l'IGPDE, particulièrement en droit des marques et en droit de la propriété intellectuelle (voir l'annexe IV).



Atelier du 21 novembre : Exploiter un fonds photographique

Après une présentation des prérequis à la valorisation des fonds photographiques, l'atelier a proposé les clés juridiques et marketing pour la mise en place d'une stratégie de valorisation, que ce soit pour un objectif premier de conservation d'un patrimoine ou une démarche de diffusion de fonds photographiques. Cet atelier a été complété par la publication d'un nouveau cahier pratique Quelle stratégie pour la valorisation d'un fonds photographique ?.



Annexes

Annexes I : L'APIE dans les médias en 2013

**Annexes II : Participation de l'APIE
à des manifestation en 2013**

Annexe III : Les ateliers thématiques de l'APIE

AnnexeIV : Les formations conduites par l'APIE

**Annexes V : Les autres actions de sensibilisation
conduites par l'APIE**

**Annexe VI : Les Ressources de l'immatériel et
autres publications de l'APIE**





Annexes

Annexe I: L'APIE dans les médias en 2013

Presse écrite

L'Agence qui croit au « capital humain », *Acteurs publics*, janvier 2013

Valoriser les richesses immatérielles, éditorial de Danielle Bourlange, *Lettre de la DAJ* n° 135, 10 janvier 2013

L'APIE a trouvé ses marques, *Échanges* n° 163, janvier/février 2013

Agenda des événements médias : annonce de la conférence de presse, *Satellifax*, 13 mars 2013

Besoin d'un A310 pour un tournage ? Appelez le ministère de la Défense !, *AFP*, 19 mars 2013

Caméras et événements privés s'invitent chez les fonctionnaires, *Acteurs Publics*, 19 mars 2013

Record de tournages en 2012 dans les sites appartenant à l'État, *Le film français*, 20 mars 2013

L'événementiel, une autre priorité de l'APIE, *Média +*, 20 mars 2013

La location du patrimoine, une bonne affaire d'État, *20 minutes*, 20 mars 2013

Les locations de bâtiments publics ont rapporté 10 millions à l'État en 2012, *Le Figaro*, 20 mars 2013

Louez des sites prestigieux de l'État, *Le Parisien*, 27 mars 2013

Une journée de tournage dans un bâtiment public, *La Montagne*, 4 mai 2013

Conjuguer mécénat et valorisation du patrimoine immatériel, article de Blandine Cornevin et Céline Wester, *Capital immatériel*, juillet 2013

Le patrimoine immatériel public : une nouvelle dimension de la gestion publique, article de Danielle Bourlange, *Gestion et finances publiques*, juillet 2013

À louer, Châteaux, musées, théâtres, opéras..., *Le Point*, 15 août 2013

Valoriser les actifs immatériels publics : un nouveau champ pour la communication, *Parole publique* n° 3, septembre 2013 :

- Identification et pilotage du patrimoine immatériel public, article de Kristof de Meulder
- Patrimoine immatériel, réputation et image des entités publiques, interview de Danielle Bourlange
- Le patrimoine public au cinéma : l'image a un prix, article d'André Étancelin

Internet

[E-NOVATION SANTE à la rencontre des experts \(8\) : l'Agence du patrimoine immatériel de l'État \(APIE\)](#), interview de Danielle Bourlange, *blog.administration2020.fr*, 5 mars 2013

[Paré à soigner : 9^e entretien avec Kristof de Meulder, chef de projet à l'Agence du patrimoine immatériel de l'État](#), *blog.administration2020.fr*, 14 mars 2013

[Quand l'État loue son patrimoine pour arrondir ses fins de mois](#), *20 minutes.fr*, 19 mars 2013



[Une soirée, un tournage ? Préfecture à louer à Tours...](#), *centre.france3.fr*, 20 mars 2013

Le soldat, le juge, la gendarme et le conservateur, *blog du Festival international des scénaristes*, avril 2013

[L'Agence du patrimoine immatériel de l'État a trouvé ses marques : 9,5 milliards d'euros au bilan](#), *Miroirsocial.com*, 17 avril 2013

Louer un bien immobilier de l'État ?, *lescleftsdumidi.com*, 19 avril 2013

[Tourner en France : 1 400 décors loués par l'État](#), *cinema.nouvelobs.com*, 6 mai 2013

[Patrimoine : trois astuces de l'État pour renflouer ses caisses - Les tournages et les événements : 10 millions d'euros](#), *RTL.com*, 30 mai 2013

Télévision

La tendance du moment : le marché du cinéma à Paris, participation d'André Étancelin à l'émission de télévision « Paris est à vous », *BFM*, 26 avril 2013

Autres publications

Management transversal de la marque, ouvrage coordonné par Géraldine Michel, édition Dunod, septembre 2013. Préface de Danielle Bourlange





Annexes

Annexe II : Participation de l'APIE à des manifestations en 2013

DATES ET LIEUX	CONFÉRENCES ET COLLOQUES LORS DESQUELS L'APIE EST INTERVENUE
31 janvier, Cachan	Intervention aux Journées Jurisup
4 février, Neuilly-sur-Seine	Entretiens du CELSA
8 mars, Paris	Symposium Comptabilité publique en droits constatés - open data , organisé par l'OCDE
18 mars, Paris	Valoriser les lieux publics, quels enjeux pour la communication ? , à l'Observatoire de Paris Cycle Actifs immatériels et communication , en partenariat avec Communication publique – 1 ^{re} session
19 mars, Paris	Petit déjeuner de presse Tournages et événements , à la Garde républicaine
21 mars, Paris	Colloque AFIGEO GT Adresse , au ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie
11 avril, Valence	Table ronde Aide à l'écriture de scénario
15 mai, Paris	Mettre en place une stratégie de marque publique , au Pavillon de l'eau Cycle Actifs immatériels et communication – 2 ^e session
15 au 24 mai, Cannes	Marché du Film – stand interministériel
6 juin, Paris	Intangibles of the public sector – Modelling, valuation and contribution to economic growth – How to "valorize" intangibles of the public sector , à la Banque mondiale
3 juillet, Paris	Table ronde Open data, open gouvernement , aux Rencontres des Acteurs publics
4 juillet, Paris	L'open data et la communication publique, dans le cadre des rencontres des Acteurs publics Cycle Actifs immatériels et communication – 3 ^e session
14 et 15 septembre 2013, Paris	Journées européennes du patrimoine , au ministère de l'Économie et des Finances
15 octobre, Genève	Conférence Investir le territoire numérique , organisée par le Canton de Genève
15 octobre, Aix-en-Provence	Colloque Place Marketing Forum 2013 , organisé par la Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial de Sciences Po Aix
17 octobre, Paris	Colloque Actifs immatériels territoriaux , organisé par l'APIE en partenariat avec la Chaire de l'immatériel de l'Université Paris-Sud et la Caisse des dépôts et consignations
23 octobre, Paris	La valorisation du patrimoine immatériel public en France , présentation de l'APIE devant une délégation de cadres du Parti communiste chinois à l'ENA

DATES ET LIEUX	CONFÉRENCES ET COLLOQUES LORS DESQUELS L'APIE EST INTERVENUE
29 octobre, Paris	Colloque Les actifs immatériels, levier de la compétitivité de la France , au ministère de l'Économie et des Finances
19 novembre, Paris	Journée du patrimoine immatériel , Festival international Jean Rouch
22 novembre, Paris	Table ronde franco-allemande sur les Actifs immatériels , au ministère de l'Économie et des Finances
4 décembre, Paris	APIE nominée aux Victoires des Acteurs publics 2013 , à l'Assemblée nationale

Annexe III : Les ateliers thématiques de l'APIE

DATES	THÈMES
17 janvier	Les fondamentaux : administration et droits de propriété intellectuelle
31 janvier	Les fondamentaux : administration et droits de propriété intellectuelle
14 février	Comment protéger les marques et les noms de domaine
27 février	CCAG-PI et droits de propriété intellectuelle
28 février	Mécénat 1 : définition de sa stratégie
21 mars	Bases de données, marchés publics et réutilisation des informations publiques
22 mars	Mécénat 2 : la définition des contreparties
28 mars	Développer une offre de formation
11 avril	La propriété intellectuelle appliquée à internet : cas pratique
25 avril	La marque employeur : le cas « Être marin »
16 mai	Les étapes de la mise en œuvre d'une stratégie de mécénat
20 juin	Freemium : exemple de valorisation économique
27 juin	Ouvrir les espaces publics aux événements privés
19 septembre	Les fondamentaux : les noms de domaine
7 novembre	Mécénat : comment approcher les mécènes ?
21 novembre	Exploiter un fonds photographique
19 décembre	L'édition publique





Annexes

Annexe IV : Les formations conduites par l'APIE

DATES ET LIEUX	ENTITÉS ET SUJETS
21 février, Paris	Chaîne de valeur des informations publiques , à la Sorbonne
18 octobre, Vincennes	Les enjeux des droits de la propriété intellectuelle , à l'IGPDE
14 novembre, Vincennes	Les enjeux des droits de la propriété intellectuelle , à l'IGPDE
15 novembre, Vincennes	Protection des signes distinctifs : marques et noms de domaine , à l'IGPDE

Annexe V : Les autres actions de sensibilisation conduites par l'APIE

13 février, Metz	Présentation de l'APIE et des enjeux de l'immatériel à l'IRA de Metz
20 février, Brest	Sensibilisation au droit de la propriété intellectuelle dans la gestion publique à l'Agence des aires marines protégées
18 février, Lille	Présentation de l'APIE et des enjeux de l'immatériel à l'IRA de Lille
27 février, Paris	Présentation des enjeux de la valorisation du patrimoine immatériel aux Services du Premier ministre
29 mai, Saint-Etienne	Présentation de l'APIE et des enjeux de l'immatériel à l'École nationale supérieure de sécurité sociale
25 septembre, Lyon	Présentation de l'APIE et des enjeux de l'immatériel à l'IRA de Lyon
31 octobre, Nantes	Présentation de l'APIE et des enjeux de l'immatériel à l'IRA de Nantes
19 décembre, Paris	Les actifs immatériels des opérateurs publics : enjeux et outils de pilotage. Présentation au CGEFI



Annexe VI: Les Ressources de l'immatériel et autres publications de l'APIE

Marques - Noms de domaine

La stratégie de marque pas à pas*

Nom de domaine : affirmer et sécuriser sa présence sur Internet

Développer une stratégie de marque au service de la modernisation de l'action publique

Marques publiques : comment les protéger ?

Données et images

Quelle stratégie pour la valorisation d'un fonds photographique ?*

Réutilisation des informations publiques, bases de données et marchés publics

Des licences pour favoriser la réutilisation des informations publiques

Le droit à la réutilisation des informations publiques - foire aux questions

Savoir-faire

Développer une stratégie de valorisation des savoir-faire publics, au service de la modernisation de l'action publique et de l'innovation

Espaces publics

Catalogue des lieux publics ouverts aux événements

Accueillir les événements dans des lieux publics

Ouvrir ses espaces publics aux événements privés

Comment accueillir des tournages de films dans des lieux publics

Ouvrir ses espaces publics aux tournages de films

Propriété intellectuelle

Propriété intellectuelle : Foire aux questions*

Sécuriser la réalisation et la diffusion d'une brochure

Les clauses de cession de droit d'auteur dans les marchés publics – Option B du CCAG PI

Réutilisation des informations publiques : le calcul du plafond de tarification

Sécuriser la conception et l'exploitation de son logo

Sites internet publics et droits de propriété intellectuelle

Achats publics et propriété intellectuelle

L'administration et les droits de propriété intellectuelle

* Nouvelle publication 2013



Annexes



Pilotage

Développer le pilotage stratégique et la mesure des actifs immatériels des entités publiques*

Patrimoine immatériel public : quels enjeux ?

Public Sector Intangible Assets: The Main Issues**

La comptabilisation des actifs immatériels, enjeux et applications

La comptabilisation des logiciels et bases de données

La comptabilisation des frais de recherche et développement



Mécénat

Conduire des actions d'intérêt général avec le concours de financements privés : mécénat, fonds de dotation, parrainage...



Divers

Les paiements sur internet

L'accompagnement de l'APIE

Public Intangibles and the Role of APIE**

Agency for Public Intangibles of France**

* Nouvelle publication 2013

** Publication en anglais

Directeur de la publication : Danielle BOURLANGE

Rédacteur : Anne ROUET

Maquette : Studio graphique des ministères
économiques et financiers

Agence du patrimoine immatériel de l'État

Atrium – 5 place des Vins de France

75573 Paris Cedex 12

Téléphone : + 33 (0) 1 53 44 26 00

Courriel : apie@apie.gouv.fr

Suivez-nous [@APIE_gouv](https://twitter.com/APIE_gouv)

www.economie.gouv.fr/apie