



MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES

20 RAPPORT 16 D'ACTIVITÉ



Le patrimoine
immatériel public:
une ressource
pour moderniser
et créer de la valeur

Édito

« L'APIE a été créée le 23 avril 2007, il y a tout juste 10 ans.

10 années au service de la modernisation de l'action publique qui ont permis d'inscrire véritablement la gestion du patrimoine immatériel comme une composante à part entière de la gestion publique.

10 années au cours desquelles l'Agence s'est attachée à fertiliser un terrain largement en friche à sa création, à révéler tout le potentiel de création de valeurs des actifs immatériels publics et à donner aux acteurs publics les outils pour en optimiser la gestion.

Structure légère et agile, l'Agence a développé son action en s'adaptant en permanence à l'évolution des besoins et des enjeux et notamment ceux induits par la transformation numérique, à l'image de la conception ouverte et vivante du patrimoine immatériel public que défend l'Agence.

Si des progrès considérables ont déjà été accomplis, les attentes de la société vis-à-vis du service public et les défis auxquels doivent répondre les administrations pour accroître leur efficacité et satisfaire la demande sociale rendent aujourd'hui encore plus nécessaire de mobiliser pleinement le levier des actifs immatériels.

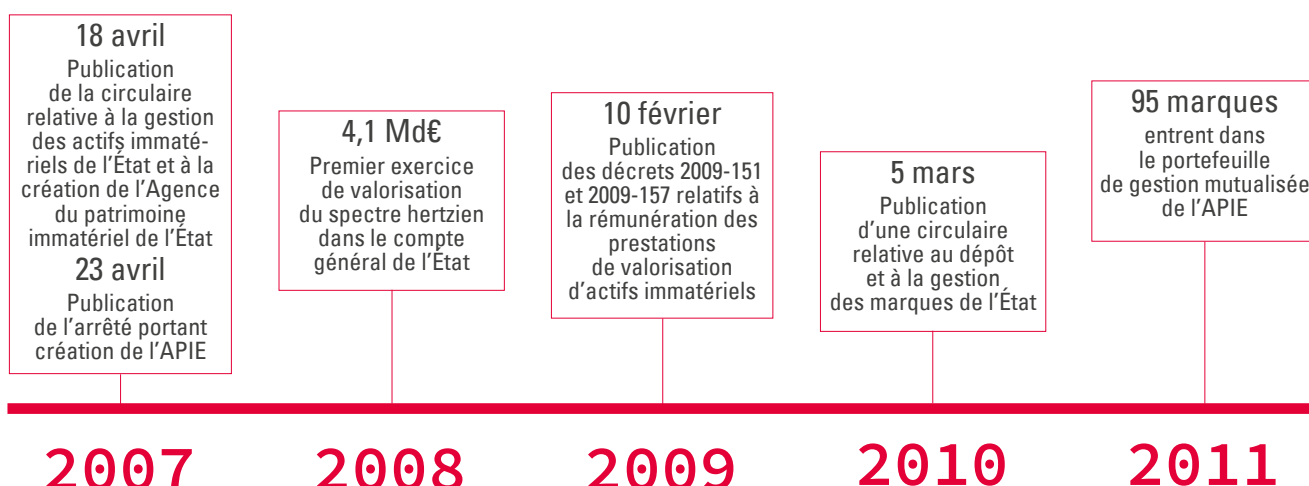
C'est pourquoi l'APIE met son expertise spécifique et unique au service des administrations, en matière de stratégie de marque, de valorisation des savoir-faire, de promotion et de diffusion des innovations métier, de mécénat ou encore de gestion efficace de la propriété intellectuelle.

L'année 2016 témoigne pleinement de cette ambition et de cet engagement de l'Agence au côté des acteurs publics, avec l'appui à des projets à fort enjeu et une montée en puissance de la gestion mutualisée de l'ensemble des marques de l'État.

L'année 2016 a aussi confirmé l'émergence de nouveaux besoins d'accompagnement, notamment sur les stratégies digitales en tant que prolongement des stratégies de marque, sur la gestion de la propriété intellectuelle dans les achats innovants ou encore sur de nouvelles démarches d'innovations et de collaborations avec la sphère privée. Autant de thèmes qui feront l'objet, en 2017, d'approfondissements et de nouvelles initiatives. L'apport d'expertise original que développe l'Agence depuis sa création est ainsi appelé à s'enrichir encore au bénéfice de la qualité et de l'efficacité du service rendu par les administrations. »

Danielle Bourlange, directrice générale de l'APIE

10 ans d'action(s) au service



■ Une structure pionnière

Un vivier d'experts juridiques et marketing issus des secteurs public et privé

■ Missions

Gestion, valorisation, protection des actifs immatériels de l'État

■ Objectifs

Force de proposition, vecteur d'innovation et promoteur de résultats exemplaires



Claude Rubinowicz,
directeur général

■ Mise en place de la méthodologie d'ouverture des lieux publics aux tournages et événements

■ Sensibilisation et actions en faveur de la réutilisation des informations publiques

■ Premiers ateliers de l'APIE

■ Meilleure comptabilisation des actifs immatériels : 13,5 Md€ au bilan de l'État

■ Premiers projets pilotes dans les différents domaines d'activité : marques, savoir-faire...

■ Publication de la circulaire du 23 mars relative à la mise à disposition de lieux et espaces du domaine de l'État

■ Création de la collection des Ressources de l'immatériel



■ Nouvelles clauses de propriété intellectuelle pour les marchés publics

■ L'INAO conçoit une offre de formation sur les signes de qualité, qui aboutit à la publication de son premier catalogue

■ Développement d'une approche novatrice des marques publiques au service des missions de service public

■ Rédaction du cahier des charges du portail des informations publiques

■ Premières formations dispensées par l'APIE à l'IGPDE

■ Le métier de gestionnaire des actifs immatériels est inscrit au Répertoire interministériel des métiers de l'État

■ La création de l'IFCE s'accompagne d'une réflexion sur ses marques historiques

■ Signature des premières conventions de gestion des marques publiques

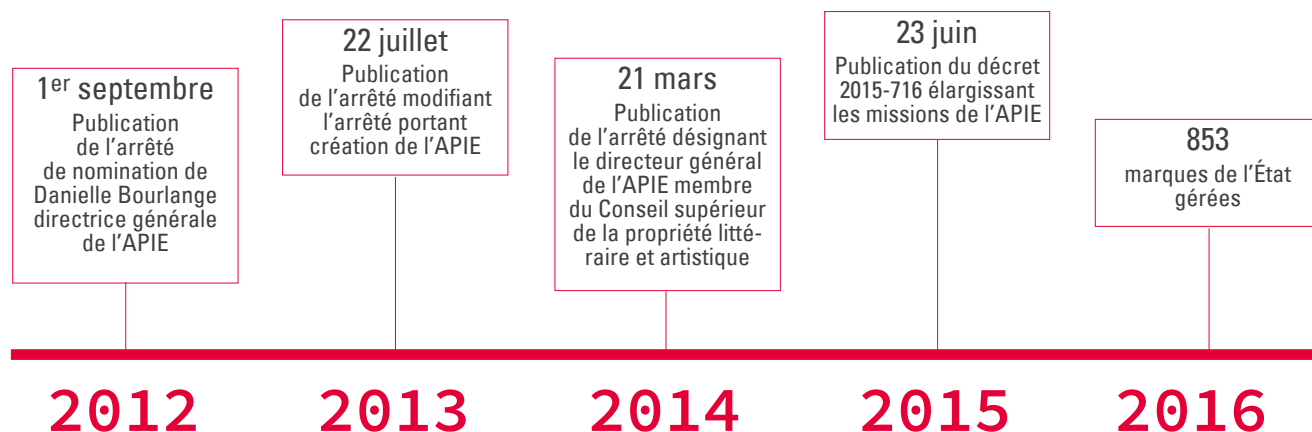
■ Près de 17 000 téléchargements des publications de l'APIE

100^e
projet accompagné par l'APIE

■ Les Hospices civils de Lyon valorisent leurs savoir-faire en matière de système d'information et créent la marque dédiée Easily



de la modernisation de l'action publique



■ Nouveau domaine d'intervention : le mécénat



Danielle Bourlange,
directrice générale

■ Création du premier tableau de bord du patrimoine immatériel public

■ Publication du premier catalogue des lieux publics ouverts aux événements privés

■ Colloque du Conseil d'État sur le patrimoine immatériel des personnes publiques

■ L'Insee complète son identité visuelle et son logo par la signature de marque « Mesurer pour comprendre »

■ Montée en puissance de l'accompagnement sur la valorisation des savoir-faire

■ Signature du partenariat avec la Chaire européenne de l'immatériel de Paris-Sud Saclay

■ Première conférence sur les actifs immatériels territoriaux

■ Une enquête auprès de 400 opérateurs de l'État confirme les progrès dans la prise en compte des actifs immatériels

■ Ouverture de l'espace APIE sur LinkedIn

■ Le Centre d'instruction navale de la Marine nationale à Saint-Mandrier élargit son offre de formation

■ Développement de l'appui à la diffusion des innovations

■ Création des Matinées de l'APIE



■ Publication du Guide d'achat des logiciels libres

■ Ouverture du compte Twitter



■ Création de la lettre d'information de l'APIE adressée à 1 600 destinataires

■ La Garde républicaine développe son recours au mécénat

■ Gestion de toutes les marques de l'État
 ■ Un accompagnement nouveau sur les stratégies digitales

■ Création de la Communauté de l'innovation métier de l'État



■ Création du club des community managers

1 500^e
saisine

■ Développement d'une stratégie de marque collective pour la French Tech



■ Développement de l'expertise PI sur les achats innovants

■ Près de 190 000 téléchargements des publications de l'APIE

90

ateliers organisés depuis leur création

■ Premier hackathon de la Gendarmerie nationale avec l'APIE

■ Nouveau logo pour l'APIE



■ Étude du potentiel de diffusion d'innovations technologiques de la Défense

Sommaire

Éditorial.....	1
10 ans d'action(s) au service de la modernisation de l'action publique	2
L'APIE : ses missions et ses valeurs.....	6
Valoriser le patrimoine immatériel : un enjeu de performance	6
Les faits marquants de 2016.....	7
L'activité de 2016 en chiffres	8
La marque, levier de transformation de l'action publique.....	11
Protéger les marques et identités publiques	12
Valoriser les savoir-faire	15
Favoriser la diffusion de l'innovation	16
Agenda 2016	20
Diffuser les bons réflexes pour une gestion stratégique de la propriété intellectuelle	22
Structurer les démarches de mécénat.....	25
Favoriser l'accueil des tournages et événements privés dans les lieux publics	25
Inciter les entités publiques à mieux prendre en compte l'immatériel dans leur stratégie	28
Les Ressources de l'immatériel et autres publications	30

L'APIE : ses missions, ses valeurs

Mission

Service à compétence nationale, l'APIE a pour mission de promouvoir une gestion optimisée des actifs immatériels publics et d'appuyer les administrations dans l'élaboration et la conduite de leurs stratégies de gestion de ces actifs :

- les créations intellectuelles produites et détenues par les entités publiques
- les marques et le capital relationnel
- les savoir-faire et les innovations
- les lieux spécifiques et/ou exceptionnels

Promesse

Agence-conseil interne et lieu d'échange et de partage des bonnes pratiques, l'APIE propose aux gestionnaires publics un accom-

pagnement méthodologique, stratégique et opérationnel et met à leur disposition des référentiels et des guides pour l'identification, la protection et la valorisation de leurs actifs immatériels.

Atouts

L'expertise de l'APIE repose sur une connaissance approfondie des spécificités du secteur public et sur une équipe pluridisciplinaire alliant notamment des compétences en marketing stratégique et en droit de la propriété intellectuelle

Valeurs

Échange – Pragmatisme – Esprit pionnier – Expertise

Valoriser le patrimoine immatériel : un enjeu de performance

Valoriser les actifs immatériels, c'est, pour les administrations, reconnaître et exploiter leur potentiel pour l'exercice des missions de service public, au profit de la qualité et de l'efficacité des services rendus aux usagers, et en optimiser les bénéfices socio-économiques pour la société dans son ensemble.

La valorisation de l'immatériel constitue ainsi un levier au service de la performance et de l'innovation dans le secteur public, qui contribue, dans certains cas, au développement de ressources propres.

L'enjeu est aussi de favoriser la création de valeur par des stratégies de partage et d'ouverture entre administrations et à l'égard des citoyens, des créateurs, des agents économiques, des chercheurs...

En encourageant les acteurs publics à tirer le meilleur parti de leurs actifs immatériels et en les accompagnant pour développer de nouvelles initiatives, l'APIE contribue à leurs stratégies de modernisation.

Les faits marquants de 2016

Des stratégies
de marque pour
moderniser

Intérêt croissant
pour les marques
collectives

Défense active
des
identités publiques

Développement
des stratégies
de valorisation des
savoir-faire et des
innovations

Montée en
puissance de la
Communauté de
l'innovation métier
de l'État

Développement
de nouveaux
formats et
de démarches
collaboratives

Prise de
conscience
accrue des enjeux
de PI dans les
marchés publics

Les premiers
partenariats
d'innovation

Structuration
de démarches
grands donateurs

Record
d'audience
des publications
de l'APIE

L'activité de 2016 en chiffres

Les chiffres-clés de 2016

10 ateliers

18 formations et actions
de sensibilisation

443 nouvelles saisines

853 marques gérées

431 accompagnements et conseils

près de **1 200** personnes
formées et sensibilisées

188 000 téléchargements

96% de satisfaction pour les ateliers

L'activité par grands domaines

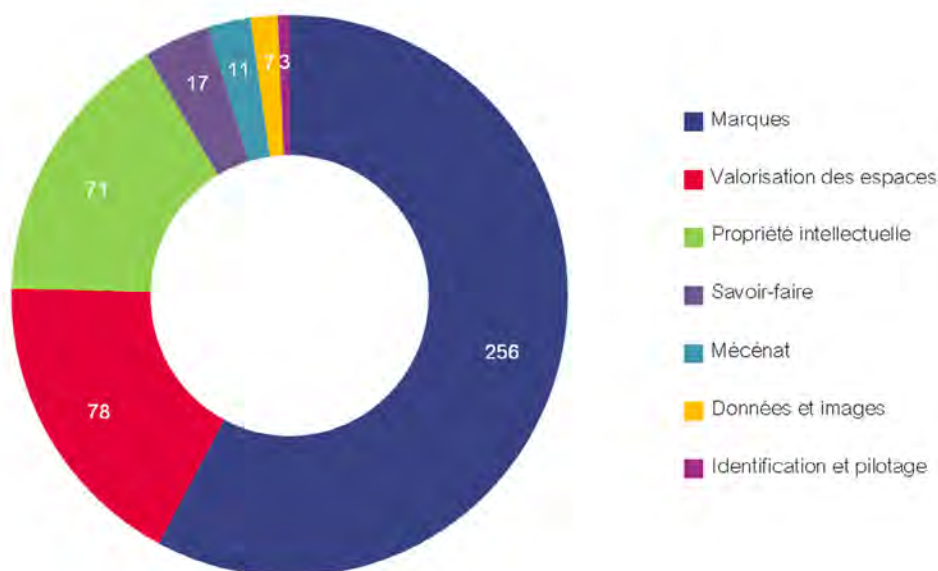
Les enjeux de l'immatériel font désormais partie intégrante des préoccupations des administrations, qui reconnaissent le rôle et l'apport de l'APIE pour les orienter et les accompagner dans la valorisation de leurs actifs.

Les besoins croissants d'accompagnement se sont traduits par une nouvelle augmentation des saisines, qui ont progressé de 14 % par rapport à 2015.

Outre la forte montée en puissance de la gestion mutualisée des marques de l'État, l'activité de l'Agence a connu la progression la plus importante dans le domaine de la valorisation des savoir-faire et des innovations.

Saisines
+14%

Saisines par domaines*



* Saisines totales, dont, notamment :

■ Défense – Exploitation – Protection – Création – Déploiement – Optimisation ■ Ouverture des lieux aux événements ou aux tournages ■ Sécurisation de contrats passés avec des auteurs/ayants droit et avec des exploitants – Sécurisation juridique des marchés publics – Droit d'auteur des agents publics ■ Valorisation des innovations et savoir-faire ■ Conditions d'éligibilité – Développement d'une politique de mécénat – Établissement d'une charte éthique ■ Stratégie de diffusion de contenus ■ Identification et comptabilisation des actifs – Fiabilisation des comptes

Actions de formation et de sensibilisation

En 2016, l'APIE a organisé 10 ateliers thématiques sur la propriété intellectuelle, les marques et le mécénat, ayant réuni près de 250 participants. S'adressant aux agents publics, ces ateliers constituent un levier essentiel de partage et de diffusion des bonnes pratiques.

L'APIE continue de mener des actions de sensibilisation en intervenant, depuis 2009, dans les Instituts régionaux d'administration. Objectif : 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.

L'APIE a également poursuivi en 2016 ses actions de formation, en partenariat avec l'IGPDE, particulièrement en droit des marques, droit de la propriété intellectuelle et mécénat, ainsi que des actions spécialisées auprès de services ou d'établissements publics de l'État, notamment sur les stratégies de marque.

Par ailleurs, l'Agence développe de nouveaux formats de rencontres et d'échanges (Matinées, clubs, Meet-ups...).

L'année 2016 a également été marquée par la participation de l'APIE à la Chaire européenne de management de l'immatériel de l'université Paris-Sud Saclay.



Rencontres et interventions

L'APIE a participé à de nombreuses rencontres en 2016, certaines organisées par l'Agence même (voir l'agenda pp. 20-21), à l'image du club des community managers et des Matinées. Les Matinées, rencontres thématiques lancées en 2014, ont pour objectif de partager les expériences, favoriser les échanges et nourrir la réflexion collective sur des sujets émergents, en rassemblant des intervenants d'horizons différents (établissements universitaires, muséaux, culturels, scientifiques, etc.).

Le club des community managers s'est réuni à trois reprises en 2016, sur les thématiques suivantes :

- Comment produire des contenus efficaces et innovants ?
- Comment rendre attractif un sujet a priori « aride » ?
- La gestion de crise.

Ont également été organisés des Meet-ups, dans le cadre de la Communauté innovation métier de l'État.

La marque, levier de transformation de l'action publique

Faire comprendre le concept de marque, montrer sa pertinence dans l'univers public, expliquer comment et pourquoi développer des stratégies de marque sont les trois axes du travail pédagogique que l'APIE mène depuis maintenant 10 ans.

En 2016, l'Agence a poursuivi ce travail pédagogique par le biais de ses ateliers thématiques (fondamentaux juridiques et marketing, produits dérivés, plateforme de marque) qui attirent toujours un public nombreux, mais également lors d'interventions sur mesure auprès d'entités publiques telles le Musée de l'Air et de l'Espace ou la Direction générale de l'aviation civile.

Au fil des années et des saisines toujours plus nombreuses, l'APIE a pu constater les fruits de ce travail dans la double prise de conscience par les personnes publiques :

- des enjeux que recouvrent les marques, dans un contexte où la satisfaction et l'écoute de l'utilisateur sont au cœur des préoccupations et où la transformation numérique de la société renforce l'importance de projeter une identité lisible, visible et attractive ;
- de l'atout que constituent des marques publiques fortes dans la compétition internationale et pour l'attractivité de la France et de ses territoires.

L'expertise de l'APIE au service des marques publiques...

Définir une identité de marque, construire une plateforme de marque, structurer une stratégie de valorisation et de déploiement de la marque sont les principaux axes sur lesquels l'APIE apporte son expertise.

L'APIE a accompagné des projets ambitieux, notamment la mise en place de la stratégie de marque du Centre des monuments nationaux et la création de la marque « Valeurs Parc naturel régional », dévoilée le 2 juin

en présence de Madame Barbara Pompili, secrétaire d'État chargée de la Biodiversité.

Autre axe, la déclinaison de la marque en produits dérivés, qui répond au besoin croissant en ressources propres et à la nécessité d'améliorer la visibilité des acteurs, pas uniquement culturels, et d'atteindre de nouvelles cibles. L'APIE accompagne la professionnalisation des pratiques, de nombreuses personnes publiques souhaitant mettre en place une stratégie de produits dérivés, à l'image de la Patrouille de France ou de la Brigade des sapeurs-pompiers de Paris.

L'Agence a en outre publié en 2016 le guide pratique [Développer des produits dérivés](#), avec le témoignage de la Ville de Paris.

... et des stratégies digitales

Une stratégie de marque ne peut être déployée aujourd'hui sans tenir compte d'internet et plus généralement de l'espace numérique. En effet, le digital est à la fois un point de contact essentiel entre les organisations et leurs publics mais aussi une caisse de résonance où se joue leur réputation. Ainsi, c'est à la fois sur la stratégie de marque et la stratégie digitale que l'APIE a accompagné la Cité de la céramique.

Des
stratégies de
marque pour
moderniser

« L'apport de l'APIE est absolument indéniable pour établir une stratégie de marque adaptée. L'analyse préalable et cette approche extérieure à l'institution de la Brigade de Sapeurs-Pompiers de Paris (BSPP) fut indispensable pour conduire cette étude en toute objectivité. En outre, les professionnels de l'APIE ont su judicieusement nous accompagner sur la définition de notre message et sur la protection de notre patrimoine en respectant pleinement notre identité. »

Lieutenant-colonel Gabriel Plus, chef du bureau de la communication de la BSPP





« Fin 2013, le ministère de la Culture et de la Communication a réuni l'ensemble de ses opérateurs pour les sensibiliser à l'exploitation et à la valeur de leurs marques et mettre en place un groupe de travail dédié afin de les accompagner dans cette démarche.

Le Centre des monuments nationaux, premier opérateur culturel et touristique public français, gère une centaine de monuments de notoriété nationale et internationale. Pour autant, la signature « Centre des monuments nationaux » reste encore assez peu repérable par le grand public et le CMN, jusqu'alors, n'exploitait pas suffisamment l'image de ses monuments les plus renommés.

La direction du développement économique et les équipes juridiques du CMN se sont rapprochées de l'APIE pour être accompagnées dans le déploiement des actions à mener sur la politique de(s) marque(s) de l'établissement. L'APIE a d'abord réalisé un état des lieux des stratégies de développement de produits dérivés dans les institutions culturelles. À partir de cette étude, un diagnostic et des recommandations nous ont été proposés (cibles, type d'offre, politique de prix, signature de marque, etc.). Pour compléter ces travaux une plateforme de marque a été conçue avec l'aide de l'Agence. Fort de ces éléments et du modèle économique à privilégier, nous avons lancé en 2016 un appel d'offres et recruté un agent de licence.

En ce début 2017, le CMN signe un marché de création de chartes graphiques commerciales qui va compléter le dispositif. Les années à venir vont permettre de proposer, pour le réseau des licenciés et les 70 boutiques du CMN, une offre de produits dérivés culturels siglés. Dans cette nouvelle politique de rayonnement et de développement économique, l'APIE poursuit son accompagnement auprès de nous. »

Bénédicte de Baritault, directrice du développement économique du Centre des monuments nationaux

Crédit photo : Benjamin Gavaudo / Centre des monuments nationaux

Protéger les marques et identités publiques

853

marques gérées
31/12/2016

Intérêt
croissant
pour les
marques
collectives

Actifs à valoriser mais aussi à protéger, les marques de l'État nécessitent une gestion spécifique et professionnelle, dans un processus de modernisation de l'action publique.

Depuis le 1^{er} novembre 2015, en application du décret n° 2015-716, l'APIE assure la gestion des marques de l'État, en se chargeant notamment du dépôt, du renouvellement et de la défense des marques des administrations de l'État.

Les services concernés sont les services d'administration centrale, les services déconcentrés de l'État et les services à compétence nationale.

L'année 2016 a ainsi été marquée par une forte montée en puissance de cette gestion, avec la réalisation d'audits de portefeuilles, la mise en place de nouvelles stratégies de protection pour des marques et signes existants, la mise en œuvre de nombreuses actions pré-contentieuses de défense des marques et l'accompagnement pour une protection efficiente de nouvelles marques, qui s'est notamment traduit par 85 dépôts auprès de l'INPI et de l'EUIPO (Office des marques de l'Union européenne).

Des marques collectives au service des politiques publiques

Labels ou plus généralement marques fédérant des écosystèmes et ayant vocation à être utilisées par un ensemble d'opérateurs publics ou privés selon les cas, les marques collectives peuvent constituer un outil performant au service de politiques publiques.

L'APIE accompagne au plan stratégique et juridique le développement de ces marques,

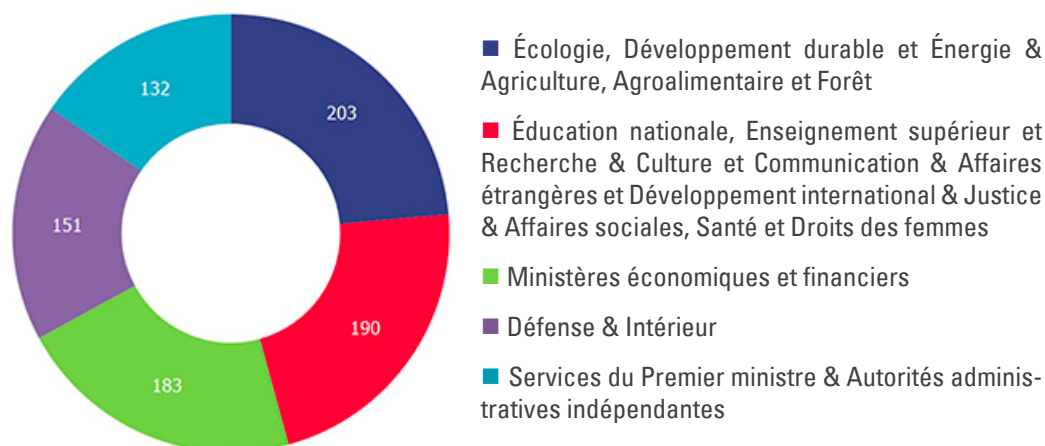
notamment pour l'élaboration de leurs règles d'utilisation. Ainsi en 2016, l'Agence a, par exemple, apporté son expertise pour protéger et définir le cadre d'utilisation des marques liées au Concours général agricole (les différentes médailles identifiant les produits primés) ou encore de la marque Valeurs Parc Naturel Régional, permettant de valoriser les produits et services répondant à des critères spécifiques en matière de développement durable.

85
marques déposées
en 2016

Exemples de marques pour lesquelles l'APIE a été sollicitée



Répartition des marques gérées par l'APIE au 31 mars 2017



La défense des identités publiques

Outre ses missions de gestion mutualisée des marques de l'État, l'APIE développe également une expertise en matière de protection des identités publiques et mène à ce titre des actions de défense notamment en collaboration avec le Service d'information du Gouvernement et la DGCCRF. Dans ce cadre, elle intervient en particulier pour protéger les signes distinctifs de l'autorité publique, afin d'éviter que leur image de caution officielle ne puisse être utilisée sans autorisation, en particulier sur Internet, et plus généralement pour éviter que le public

ne soit induit en erreur sur l'origine des produits et services qui lui sont proposés.

L'année 2016 a été marquée par une augmentation sensible des atteintes et des interventions de l'Agence. Celles-ci ont notamment concerné des usages abusifs de la Marianne, notamment sur des sites internet ou sur des documents promotionnels. De même, l'APIE a été sollicitée pour engager les démarches nécessaires à la cessation de la commercialisation sur internet de produits illégalement revêtus de certaines marques emblématiques du ministère de la Défense, telle que le logo de la Patrouille de France.



« Avant même le décret du 23 juin 2015 confiant à l'APIE la gestion de l'ensemble des marques de l'État, toutes les marques déposées par le SIG avaient été confiées par délégation de gestion le 31 mars 2014.

Cette collaboration a permis un suivi efficace et beaucoup plus exhaustif des marques du SIG, en particulier de l'identifiant gouvernemental Marianne, créé par le SIG en 1999, ou de Vigipirate créé en 2014. L'Agence signale très régulièrement au SIG des dépôts de marques de tiers, pouvant être considérés comme des contrefaçons, et livre des recommandations pertinentes.

L'APIE est aussi un soutien quotidien dans les autres aspects métiers du SIG, notamment des conseils pour le dépôt de marques verbales, la rédaction de contrats de cession de droits pour Instagramers, ou de logos créés pour des campagnes de communications. Son travail de sensibilisation des acheteurs a permis d'adapter les clauses relatives dans les marchés publics et une meilleure protection des intérêts du SIG.

Souvent sollicitée en urgence, l'APIE délivre des conseils pertinents, rapides et permettant de prendre des décisions claires.

Cette Agence est un atout essentiel pour les services de l'État : elle permet de confier à des experts la gestion des marques et de solliciter de hautes compétences internes au sein de l'administration sur toutes questions liées à la propriété intellectuelle. »

Charles Le Seac'h, juriste contrats et marchés publics, Service d'information du Gouvernement



La circulaire du 20 juillet 2015 a précisé, en application du décret du 23 juin 2015, les modalités de la gestion des portefeuilles de marques de l'État, au titre de laquelle l'Agence a notamment pour rôle :

- d'émettre des avis sur la pertinence et la validité du dépôt de marque envisagé et formuler des recommandations de protection ; procéder à l'ensemble des formalités nécessaires à l'enregistrement des marques et aux formalités d'inscription relatives aux marques ;
- d'informer les administrations des échéances de renouvellement des marques et, le cas échéant, procéder, en leur nom et pour leur compte, aux formalités correspondantes ;
- d'assurer la veille des dépôts de marque postérieurs susceptibles de porter atteinte aux marques qu'elles ont déposées et émettre à leur attention des recommandations motivées sur les actions à mener en cas d'atteinte aux marques ;
- d'engager, avec leur accord, toute action précontentieuse utile à la protection des marques.

Valoriser les savoir-faire

Les entités publiques sont riches d'une grande variété de savoir-faire développés dans le cadre de leurs missions : ces savoir-faire correspondent à des compétences et expertises souvent spécifiques et de grande valeur, et parfois uniques.

Ils constituent un patrimoine immatériel précieux pour l'efficacité de l'action publique, qu'il importe de protéger et de valoriser. Ils peuvent aussi, lorsqu'ils sont diffusés ou partagés avec des tiers, être générateurs de bénéfices socio-économiques.

Leur valorisation recouvre ainsi de multiples enjeux : enrichissement des compétences et des connaissances des agents, mise à disposition de tiers d'une expertise spécifique dans le prolongement des missions de service public, diffusion et partage 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.

En 2016, l'APIE a accompagné plusieurs entités dans leurs projets de valorisation des savoir-faire, tant en termes d'offre de formation que de diffusion de méthodes ou d'apport d'expertise dans des domaines d'intérêt général.

L'APIE a, par exemple, apporté un appui stratégique à l'ENA pour la valorisation de son offre de formation continue et a poursuivi sa coopération avec le ministère de la Culture sur l'expertise patrimoniale.

Développement
des stratégies
de valorisation des
savoir-faire et des
innovations

« Depuis 2015, le ministère de la Culture et de la Communication (Direction générale des patrimoines) s'est lancé dans un vaste chantier de valorisation de ses savoir-faire patrimoniaux avec pour objectif de mieux structurer son expertise pour en améliorer sa diffusion au niveau international.

L'enjeu est de répondre à un défi géopolitique par le renforcement de la présence française sur le marché international de l'expertise patrimoniale porté notamment par les bailleurs de fonds (Union européenne, Banque mondiale, Banque africaine de développement...). L'objectif fixé à ce chantier était donc de structurer l'offre du ministère et de ses opérateurs pour être en mesure de se positionner sur des appels d'offre comprenant des prestations de conseil et de formation dans les domaines des musées, de l'archéologie, des monuments historiques ou encore de l'inventaire.

En l'absence de référence internationale et faute de standards définis au sein du ministère, l'aspect valorisation des prestations était un enjeu majeur du chantier. Pour accompagner le ministère dans cette réflexion, la coopération avec l'APIE a été particulièrement utile. Elle a donné lieu à la remise d'une note à la ministre de la Culture faisant un état des enjeux liés aux modalités de valorisation des savoir-faire patrimoniaux (approche méthodologique, modalités de valorisation la plus adaptée, aspects tarifaires...) et proposant une série de recommandations qui ont contribué grandement à la définition d'une doctrine ministérielle dans ce domaine. »

Sébastien Zonghero, chef de projet « Valorisation à l'international de l'expertise patrimoniale », Direction générale des patrimoines, ministère de la Culture et de la Communication



Favoriser la diffusion de l'innovation

L'innovation métier, un patrimoine à faire éclore et un vecteur de transformation de l'action publique

Les administrations exercent une grande diversité de métiers pour lesquels les agents publics développent des initiatives qui peuvent présenter un fort potentiel innovant.

Par innovation métier, on entend ainsi une contribution significative, pertinente et susceptible de valorisation, développée dans le cadre d'un métier.

Dans le contexte public, cette valorisation peut prendre diverses formes, au-delà de son utilisation dans l'environnement dans lequel elle a été développée : adoption de cette initiative par d'autres personnes, engagement et participation d'acteurs et de communautés, mutualisation entre administrations ou encore passage à l'échelle, voire transfert hors secteur public de systèmes et dispositifs créés par des innovateurs publics à partir de leur culture métier.

Cette valorisation peut en particulier s'inscrire dans une démarche d'innovation ouverte (« open innovation ») en collaboration avec des acteurs publics et privés.

L'APIE a poursuivi en 2016 ses actions pour révéler le potentiel innovant des initiatives métier en proposant des stratégies, méthodes et outils pour les accompagner, les mettre en œuvre, les documenter et les déployer.

L'APIE anime une Communauté innovation métier de l'État

Six événements ont été organisés dans ce cadre en 2016 :

- trois Meet-ups sur la diffusion des innovations métiers des agents publics ;
- un hackathon organisé avec la Gendarmerie nationale autour d'une solution « open source » de géolocalisation de victimes ;
- un atelier sur les nouveaux formats de l'innovation ;
- un Meet-up lors de la semaine de l'innovation publique sur « innovation publique et savoir-faire » à la Gaité Lyrique.

L'APIE est également intervenue en 2016 à l'occasion de nombreux événements :

- congrès du Réseau C.U.R.I.E. sur le thème de l'apport des marques dans la valorisation des innovations publiques ;

Montée en puissance de la Communauté de l'innovation métier de l'État



La Communauté de l'innovation métier de l'État

Créée en 2015 par l'APIE, cette communauté, qui rassemble plus de 500 membres, vise à accélérer la diffusion de projets innovants issus d'initiatives d'agents publics notamment par l'organisation de rencontres sur des thèmes précis.

Son activité s'appuie sur le partage de bonnes pratiques et de solutions innovantes, des retours d'expérience d'initiatives d'agents publics, des événements d'idéation et de prototypage de fonctionnalités ou d'usages innovants de type hackathons.

Elle permet aux participants d'explorer les évolutions technologiques, d'imaginer et d'élargir le potentiel d'usage des innovations métier de l'État.

 <https://twitter.com/innovmetieretat>

 <http://www.meetup.com/innovmetier>

 <https://github.com/InnovMetierEtat/>



L'APIE partenaire du premier hackathon de la Gendarmerie nationale

La Direction générale de la gendarmerie nationale (DGGN) a organisé du 18 au 20 avril 2016 son premier hackathon, en partenariat avec l'APIE.

Cet événement avait pour objectif de faire travailler en équipes des étudiants d'écoles d'ingénieurs avec des professionnels du secours autour d'une application web de géolocalisation par SMS conçu par le peloton de gendarmerie de haute montagne (PGHM) Le Versoud. Il fait suite à un premier atelier d'idéation au PROTO204 (Saclay) en octobre 2015 pour imaginer de nouveaux usages et fonctionnalités autour de cette application.

Ce hackathon visait à démultiplier l'intérêt de l'application en mettant en œuvre concrètement des fonctionnalités identifiées lors de l'atelier d'idéation. La Gendarmerie nationale souhaitait en particulier faciliter les échanges entre les citoyens en situation de détresse et les services de secours en exploitant au mieux les possibilités offertes par les smartphones.



- congrès « World Conference on Intellectual Capital for Communities » organisé à l'UNESCO ;
- intervention au ministère de la Défense lors d'un séminaire de la mission d'innovation participative sur le « design thinking » ;
- intervention lors de la conférence « Investissement immatériel, entreprises innovantes et contraintes de financement : enjeux et nouvelles approches », organisée par la Chaire de management de l'immatériel (Paris-Sud Saclay) ;
- « pitch » lors du forum du Partenariat pour un gouvernement ouvert sur la mutualisation des ressources produites par les agents publics.

- maquettage d'une plateforme numérique dans le cadre de la transformation numérique des PME, fédérant un réseau d'experts incluant notamment les DIRECCTE ;
- animation d'un groupe de travail sur la plateforme de marque.

L'APIE élabore et diffuse des outils

L'APIE a poursuivi son effort de diffusion d'outils et de documents de référence dans le domaine de l'innovation en alimentant le kit de l'innovation publique sur le compte Github de la Communauté innovation métier de l'État : <https://github.com/InnovMetierEtat/Kit-Innovation-Metier>.

Les éléments suivants ont été produits au cours de l'année :

- guide pour faciliter la coopération entre étudiants et administrations lors d'événements d'innovation collaborative ;
- exemple de charte de participation à un atelier d'idéation ;
- exemple de charte de participation à un hackathon ;
- procédé d'innovation : la méthode du double diamant ;
- le parcours de l'innovation métier de l'État.

L'APIE contribue aux stratégies de modernisation de Bercy

Les travaux de l'APIE en matière d'innovation se sont également traduits par deux collaborations avec des directions de Bercy :

- participation au groupe de travail « Jeunes cadres Bercy – management et numérique » (Bercy Lab) ;
- contribution au groupe de travail « Croissance connectée » animé par le CNum en lien avec la Direction générale des entreprises :

Développement
de nouveaux
formats et
de démarches
collaboratives

LE PARCOURS DE L'INNOVATION MÉTIER DE L'ÉTAT

7 étapes clés

Observation
préalable
des usages



1. saisir l'idée (ou initiative) via un concept, une explication orale et étude de l'état de l'art



2. réaliser une mise en forme sous forme de storytelling



3. mettre en œuvre sous forme de maquette et la diffuser à un premier public (beta testeurs)



6. phase de prototypage d'un POC (proof-of-concept) et phase de test de montée en charge



5. procéder à une évaluation par rapport à l'état de l'art via des experts métiers et des utilisateurs



4. réaliser une documentation qui synthétise les éléments essentiels du projet avec des illustrations / vidéos et une démo fonctionnelle



7. adoption par les usagers de l'initiative, de la solution, du service ou du produit dans un écosystème et parfois un marché

étape additionnelle :
réplication dans
un contexte
métier similaire
mutualisation

étape additionnelle :
généralisation à
l'ensemble d'un
territoire **passage à l'échelle**



Ce parcours de l'innovation métier de l'État est inspiré de la méthode du double diamant imaginée par le UK Design Council mêlant idéation et maquettage rapide pour une restitution plus visuelle des résultats



MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
ET DES FINANCES

apie | AGENCE DU PATRIMOINE
IMMATÉRIEL DE L'ÉTAT

L'APIE apporte son expertise à des projets innovants

L'engagement de l'APIE en matière d'innovation s'est également concrétisé par l'accompagnement de plusieurs projets publics. Ce fut notamment le cas pour la diffusion de

plusieurs innovations développées par des agents du ministère de la Défense et pour un contrat de transfert de technologie entre la Gendarmerie nationale et une entreprise privée pour l'exploitation de l'une de ses innovations, le laboratoire mobile d'analyses génétiques.

« Depuis 2015, les équipes de l'APIE concourent au rayonnement d'innovations imaginées et développées par des agents du ministère de la Défense. Au-delà de leur utilisation par la défense, nombre de ces innovations issues de l'expérience du terrain présentent des perspectives de valorisation dans la sphère civile. Leur diffusion peut apporter différents bénéfices : mutualisation avec d'autres acteurs publics, baisse du prix d'achat par effet d'échelle, développement économique, valorisation des agents publics à l'origine des projets... »



En 2016, l'APIE a réalisé des études marketing qualitatives qui ont permis d'apprécier le potentiel socio-économique de 4 innovations ayant fait l'objet d'un accompagnement par la MIP (mission pour le développement de l'innovation participative du ministère de la Défense). À titre d'exemple, l'un des projets étudiés portait sur un système d'alerte pollution surveillant l'apparition d'hydrocarbures dans une nappe phréatique. Ce travail, riche d'orientations marketing et de scénarios d'usage, est le fruit d'une analyse approfondie qui structure les tâches à accomplir pour valoriser au mieux ces innovations.

En parallèle de ces études marketing, l'APIE apporte à la MIP, tout au fil de l'année, ses conseils en matière de modèles de valorisation et ouvre son carnet d'adresse d'experts pour accompagner efficacement les initiatives. La qualité indéniable de ses analyses, des contacts et des méthodologies est un point à souligner. Merci à l'APIE ! »

IGA Pierre Schanne, chef de la mission pour le développement de l'innovation participative du ministère de la Défense



L'APIE sur Twitter

Présente depuis avril 2014 sur le réseau social, l'Agence réunit plus de 1 400 abonnés sur son compte @APIE_gouv

En juin 2016, l'APIE a organisé une « Semaine de l'immatériel », sous le mot-clé #immweek, avec un thème quotidien : marques, mécénat, lieux publics, savoir-faire et innovation.

De nombreux échanges ont eu lieu pendant cette opération, les participants illustrant notamment la stratégie de valorisation du patrimoine immatériel mise en place dans leur administration.



Agenda 2016

JANVIER

19. Meet-up à l'Anti-café sur la mutualisation des innovations des agents publics



28. **Atelier.** Mise en œuvre de la plateforme de marque

FÉVRIER

15. Présentation de l'APIE et des enjeux de l'immatériel à l'IRA de Metz

3. Participation au Salon des lieux de tournage d'Ile-de-France



11. **Atelier.** Mécénat : aspects juridiques, éthiques et méthodologiques



MARS

15. Club des community managers – Comment produire des contenus efficaces et innovants ?

21. Formation à l'IGPDE – Les enjeux du droit de la propriété intellectuelle



24. **Atelier.** Administration et droits de propriété intellectuelle



AVRIL

12. **Atelier.** Mécénat : aspects juridiques, éthiques et méthodologiques

14. **Atelier.** Les droits de propriété intellectuelle dans les marchés publics – dispositions des CCAG PI et TIC

18. Hackathon de la Gendarmerie nationale sur une application web de géolocalisation par SMS



MAI

12. **Atelier.** Aspects juridiques de la communication digitale dans le secteur public

JUIN

6. 25^e Congrès du réseau C.U.R.I.E. : valoriser par la marque, Deauville

10. Intervention lors de la Conférence sur les achats de prestations de communication

13-17. Semaine de l'immatériel sur Twitter #immweek



14. Intervention au Comité des achats des opérateurs publics : les enjeux de la propriété intellectuelle dans les marchés publics

14. Lancement du groupe de travail « management et numérique à Bercy »

14. Club des community managers – Comment rendre attractif un sujet a priori « aride » ?

16. **Atelier.** Les nouveaux formats de l'innovation



28. Intervention devant l'AMUE sur l'ouverture des lieux publics

JUILLET

5-8. Participation à un atelier du 7^e Forum des usages coopératifs



Coopérer en transitions

6. Meet-up sur la diffusion et le partage des innovations des agents publics

12. Intervention à la 12^e Conférence mondiale sur le capital immatériel, sur le thème « Données, actifs numériques et plateformes d'innovation »

Prise
de
conscience
accrue des enjeux
de PI dans les
marchés
publics

Les premiers
partenariats
d'innovation

Diffuser les bons réflexes pour une gestion stratégique de la propriété intellectuelle

L'APIE a poursuivi en 2016 ses actions de sensibilisation, de diffusion des bonnes pratiques ainsi que d'accompagnement des personnes publiques pour une gestion plus efficiente de la propriété intellectuelle.

Pourquoi les enjeux de propriété intellectuelle sont-ils stratégiques ?

Pour utiliser ou diffuser des contenus (photographie, campagnes de communication, formations, publications, logiciels, innovations...), l'administration doit disposer des autorisations correspondant à ses besoins et objectifs (diffuser en ligne, reproduire dans une publication, intégrer une vidéo, placer sous licence libre, etc.).

En amont, l'administration doit s'interroger sur les droits de propriété intellectuelle pouvant conditionner les exploitations possibles et mettre en place les stratégies répondant de façon efficiente à ses objectifs.

L'enjeu est, de façon générale, de développer une gestion équilibrée de la propriété intellectuelle prenant pleinement en compte à la fois les besoins de l'administration, les incidences financières et les implications dans les processus d'innovation et de création de valeur au sein de l'économie.

Un fort enjeu pour les marchés publics

L'APIE a développé une expertise particulière concernant les droits de propriété intellectuelle dans les marchés publics, depuis la mise en place, en 2009, des clauses types des CCAG-PI et TIC qu'elle a contribué à élaborer.

L'efficience des processus d'achat de prestations de communication, des marchés informatiques ou de prestations intellectuelles en général suppose en effet une bonne maîtrise de ces questions pour garantir à la fois l'adéquation des droits cédés aux besoins de la personne publique et l'inscription des relations entre les prestataires et les personnes publiques dans un cadre cohérent et équilibré.

En 2016, l'APIE a approfondi son expertise sur plusieurs domaines stratégiques pour le secteur public, en vue de la diffusion de bonnes pratiques opérationnelles et concrètes, en collaboration avec les acteurs concernés :

- Les partenariats d'innovation

Définir une stratégie de propriété intellectuelle dans un partenariat d'innovation, c'est organiser les conditions d'utilisation et de réutilisation des résultats de ce type de marché, par la personne publique pour son besoin et par la (les) entreprise(s) partenaire(s) dans le cadre de son (leur) activité.



L'édition publique

Le COEPIA a élaboré un Guide de la publication administrative destiné à aider les administrations, établissements publics ou collectivités qui s'engagent dans un projet éditorial, sous forme imprimée ou numérique.

L'APIE a participé aux travaux, notamment sur la question des droits d'auteur et leur impact sur la rédaction des contrats d'édition.

Dans ce cadre, les clauses de propriété intellectuelle sont stratégiques et relèvent d'une approche au cas par cas, en fonction des besoins de l'administration, de sa stratégie achat et de l'objectif de diffusion de l'innovation.

L'APIE est intervenue à la Matinale organisée par la Direction des achats de l'État (DAE) pour évoquer avec les acheteurs publics les enjeux et bonnes pratiques associées.

- Les marchés de communication

L'APIE a participé à la rédaction du Guide de l'achat public de prestations de communication et développe dans ce domaine des réponses opérationnelles aux problématiques spécifiques que soulèvent ces marchés.

L'augmentation constante des demandes de conseils

De nombreuses administrations ont fait appel à l'APIE pour bénéficier de conseils pour la rédaction de clauses de propriété intellectuelle dans le cadre de contrats ou de marchés publics ou plus généralement bénéficier d'une expertise sur les droits de propriété intellectuelle mis en œuvre dans le cadre de projets de valorisation d'actifs immatériels.

71

saisines
en propriété
intellectuelle

Développement
de nouveaux
formats et
de démarches
collaboratives



Un sujet en plein essor : les opérations d'élaboration collaborative de contenus (dans le cadre de concours, d'ateliers d'idéation, de hackathons, etc.).

Les démarches proposant au public l'élaboration de contenus (photographies, textes, etc.) de manière collaborative se développent.

Ces contenus, qui peuvent avoir vocation à être utilisés par l'administration (expositions photo, diffusion en ligne, réutilisations...), sont potentiellement objets de droits de propriété intellectuelle ou de droits à l'image.

L'APIE apporte son expertise pour sécuriser ces démarches et propose aux acteurs concernés d'échanger sur les bonnes pratiques et les points d'attention. Une première rencontre a été organisée dans le cadre d'une Matinée avec plusieurs acteurs ayant déjà l'expérience de ces opérations.

« L'APIE nous a accompagnés dans la rédaction du règlement du concours de cartographie que nous souhaitions organiser. Ce projet nécessitait une expertise pointue dans les domaines de la propriété intellectuelle et des droits d'auteurs. L'expertise de l'Agence dans ces domaines fut extrêmement précieuse pour mener à bien, dans un cadre juridique respectueux, notre projet. »

Karine Hurel, responsable de la cellule cartographie, Direction des stratégies territoriales, Commissariat général à l'égalité des territoires



Le succès grandissant des actions de formation et de sensibilisation...

Qu'il s'agisse des ateliers ou des formations, les actions de sensibilisation rencontrent un public croissant.

Outre les ateliers désormais classiques (Administration et droits de propriété intellectuelle ; Droits de propriété intellectuelle dans les CCAG-PI et CCAG-TIC), l'APIE a organisé en 2016 un nouvel atelier : Aspects juridiques de la communication digitale dans le secteur public.

L'Agence a animé en 2016 à l'IGPDE une nouvelle formation d'approfondissement aux droits de propriété intellectuelle qui vient compléter les deux formations existantes, à savoir « sensibilisation aux enjeux des droits de propriété intellectuelle » et « les droits de propriété intellectuelle dans les marchés publics ».

+ 55 %
d'audience

... et des guides pratiques

L'audience des publications consacrées à la propriété intellectuelle a enregistré une forte hausse en 2016, qui témoigne de besoins importants dans ce domaine.

De nouvelles publications sont venues enrichir les ressources mises à la disposition des acteurs publics :

- Marchés publics et droits de propriété intellectuelle ;
- deux infographies* pédagogiques sur la propriété intellectuelle dans les marchés publics.

L'APIE « hors les murs »

L'APIE mène des actions de sensibilisation et de partage d'expertise sur mesure.

En 2016, l'Agence est notamment intervenue lors d'un séminaire au Centre des hautes études du ministère de l'Intérieur (CHEMI) à propos des obligations légales des sites d'e-formation.

RÉDIGER LES CLAUSES DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DANS LES MARCHÉS PUBLICS

1 POURQUOI ?

- Obtenir les droits nécessaires à l'utilisation des résultats par l'administration
- Assurer l'efficacité de l'achat public pour un partage équilibré des droits avec le prestataire
- Obtenir les droits suffisants pour mutualiser et/ou ouvrir les résultats

2 DANS QUELS CAS ?

Pour tous les marchés dont les résultats comportent une réalisation intellectuelle

Communication, logiciels, applications, sites internet, études, rapports, innovations

3 QUELS OUTILS ?

Cadre proposé par le CCAG-PI et le CCAG-TIC

A ← 2 options → **B**

Option pré-rédigée qui limite l'autorisation d'utilisation des résultats pour les besoins découlant de l'objet du marché

Option à compléter impérativement qui permet, avec ou sans exclusivité, la cession des droits pour les usages à préciser dans le marché

@APIE_gouv apie L'Agence pour l'Innovation et la Propriété Intellectuelle dans le Secteur Public www.economie.gouv.fr/apie

RÉDIGER LES CLAUSES DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DANS LES MARCHÉS PUBLICS

Choix de l'option B

? L'option B permet la cession des droits au bénéfice de l'administration pour les modes d'exploitation listés précisément dans le marché

! C'est pourquoi, l'option B doit être obligatoirement complétée par :

- La durée d'utilisation des résultats
- Le territoire
- Les modes d'exploitation (supports et utilisation effectives et envisagées des résultats)

🎯 Une option qui peut être adaptée

Possibilité de déroger à l'exclusivité

Exemples pertinents de recours à l'option B avec exclusivité :

logo, charte graphique, éléments identitaires de la personne publique

Exemple pertinent de recours à l'option B sans exclusivité :

mise sous licence libre d'un logiciel développé spécifiquement dans le cadre d'un marché

@APIE_gouv apie L'Agence pour l'Innovation et la Propriété Intellectuelle dans le Secteur Public www.economie.gouv.fr/apie

* Réalisées avec Piktochart

Structurer les démarches de mécénat

L'accompagnement de l'APIE

L'intérêt des entités publiques pour la mise en place de projets de mécénat ne s'est pas démenti en 2016.

Dans un contexte de transformation des services publics, de plus en plus incités à trouver des ressources propres, et d'engagement sociétal de plus en plus assumé par la sphère privée, le mécénat apparaît comme une voie particulière de valorisation du patrimoine immatériel public.

Dans des domaines très variés – culture, environnement, solidarité, protection du patrimoine, enseignement supérieur et recherche, santé ou éducation – les mécènes trouvent en effet intérêt à s'associer à l'image, à la renommée, au patrimoine historique ou culturel, aux savoir-faire, aux valeurs des personnes publiques.

L'accompagnement de l'APIE compte plusieurs dimensions :

- appui à l'élaboration de stratégies de recours au mécénat pour des projets spécifiques ;
- apport de méthodologie et d'outils pertinents : conventions types, guide d'éla-

boration d'une charte éthique, grille de remerciements ;

- partage de bonnes pratiques.

L'année 2016 a été marquée, notamment, par l'intérêt croissant des entités publiques pour les campagnes « grands donateurs ». Ce type de campagne de mécénat correspond à une démarche exigeante, en particulier en termes d'investissement en moyens humains, mais permet de constituer et de fidéliser un réseau de mécènes et d'ambassadeurs.

Développer la réflexion sur le mécénat participatif

Le recours au mécénat participatif donne lieu à un nombre croissant d'initiatives dans la sphère publique. En s'ouvrant au grand public *via* notamment des plateformes dédiées, le mécénat participatif permet en effet de développer des actions d'intérêt général tout en fédérant tant les équipes que les communautés et publics de l'entité publique autour d'un projet faisant sens.

L'APIE a renouvelé en 2016 l'atelier « Le recours des personnes publiques au mécénat participatif ».



Structuration
de démarches
grands donateurs

Favoriser l'accueil des tournages et événements privés dans les lieux publics

Dès sa création, l'APIE a identifié le potentiel de valorisation des qualités immatérielles des sites publics pour l'accueil de tournages ou d'événements privés.

L'APIE a aussi développé et diffuse une méthodologie pour assurer de la part des administrations une offre cohérente et homogène. Cette démarche permet, outre la perception de ressources complémentaires réaffectées essentiellement à la rénovation

des lieux, de présenter une image moderne et ouverte de l'administration, tout en ayant un rôle mobilisateur pour les agents publics.

L'APIE accompagne ainsi de très nombreuses entités publiques pour répondre à la demande des professionnels de l'audiovisuel. De nouveaux sites se sont engagés en 2016 dans cette démarche, qui offre de nouvelles opportunités pour les professionnels.

Martin Scorsese
lors de l'avant-première
de son film « Silence »
au musée Guimet
Crédit photo :
Metropolitan films DR



Vincent Cassel
sur le tournage du long métrage
« Fleuve noir » d'Érick Zonca
Centre pénitentiaire de Meaux
Crédit photo : Nathalie Mazéas



« Le parc de Madame Elisabeth est une propriété classée aux monuments historiques située en plein cœur de Versailles et acquise en 1983 par le département des Yvelines. Autrefois appelé Domaine de Montreuil, le site a été offert par Louis XVI à sa jeune sœur, Madame Elisabeth, qui y passait ses journées avec ses dames de compagnie. Cultivée, généreuse et vertueuse, la princesse prodiguait des soins aux malades et distribuait du lait aux habitants du quartier.

Longtemps resté méconnu du grand public, le Domaine de Madame Elisabeth est aujourd'hui un lieu dédié à la nature où le public peut librement découvrir son parc de 7 hectares de mars à novembre. Concernant la demeure, elle n'est accessible qu'à certaines occasions comme les Journées du Patrimoine.

Travaillant avec Mickaël Duval, responsable du service Espaces verts, sur la valorisation du domaine et notamment les possibilités d'ouverture de la demeure au public, nous avons fait appel à l'APIE pour trois raisons :

- déterminer une grille tarifaire de mise à disposition du bâtiment selon des critères bien précis (environnement, mobiliers, histoire du site...);
- se doter de conventions élaborées par les personnes compétentes de l'Agence pour une mise à disposition sans risque pour la collectivité ;
- être référencé dans la base des lieux de tournage de Film France pour une visibilité optimale auprès des métiers de l'audiovisuel.

Nous tenons à remercier l'APIE pour son professionnalisme, sa réactivité et tout le travail accompli permettant au département des Yvelines d'avoir une vision sur le potentiel de son patrimoine. »

Julien Bloutin, chargé d'études, service Espaces verts du département des Yvelines



Crédit photo : N. Duprey / CD78

Inciter les entités publiques à mieux prendre en compte l'immatériel dans leur stratégie

Les entités publiques s'appuient sur leurs actifs immatériels (savoir-faire, bases de données, marques ou encore capacité organisationnelle et managériale...) pour accomplir leurs missions, répondre aux attentes des usagers, créer de la valeur sociale et économique, innover.

L'APIE encourage les administrations à inclure l'immatériel dans toutes ses dimensions dans leur réflexion stratégique et à miser davantage sur le potentiel de ces actifs.

Pour accompagner ces démarches, l'Agence met notamment à la disposition des administrations le cahier pratique [Développer le pilotage stratégique et la mesure des actifs](#).

Mieux prendre en compte les actifs immatériels dans la gestion publique, c'est aussi en

donner une traduction comptable, dans les limites permises par les normes.

L'Agence a apporté ainsi à la Direction générale des Finances publiques son expertise pour la comptabilisation des actifs incorporels au bilan de l'État, notamment le spectre hertzien.

Elle fournit également aux opérateurs de l'État des conseils et repères méthodologiques, sous la forme de deux guides pratiques :

- [La comptabilisation des frais de recherche et développement](#)
- [La comptabilisation des logiciels et bases de données](#)

La consultation de ces guides a connu une hausse sensible en 2016.

41 500
téléchargements
des guides



Outils et guides : une audience qui ne cesse de croître

L'APIE conçoit et met à disposition des gestionnaires publics les Ressources de l'immatériel et des outils (voir en annexe) proposant repères méthodologiques et recommandations pour protéger et valoriser les actifs immatériels.

En 2016, les fiches de la collection « Ressources de l'immatériel » et les autres publications mises à disposition sur le site internet de l'Agence ont enregistré plus de 188 000 téléchargements (+ 42 % par rapport à 2015).

En outre, les focus, dont la publication a été lancée en 2015, se sont enrichis de 20 nouveaux sujets.

Les nouvelles publications et mises à jour sont régulièrement présentées dans la lettre d'information mensuelle de l'Agence, Info APIE, adressée à 1 600 destinataires.

**Record
d'audience
des
publications
de l'APIE**

« La diffusion des connaissances est une mission de première importance pour le Cerema. Parmi les différents vecteurs figurent les Éditions du Cerema, avec un catalogue de plus de 2 000 références.

Après la définition de son projet stratégique, le Cerema s'est engagé dans l'élaboration de sa nouvelle politique en matière d'édition visant à valoriser ses travaux « d'expertise publique pour le développement des territoires ».

Il a fait appel à l'APIE pour l'accompagner dans cette démarche, afin de clarifier l'offre de produits éditoriaux, l'adapter aux nouveaux usages numériques et optimiser la diffusion multicanaux. L'APIE a apporté des méthodologies qui ont été déployées par le Cerema.

Un nouveau modèle économique

Sur la base des scénarios proposés par l'Agence, le Cerema a décidé de retenir le modèle économique « freemium » qui lui permet à la fois de diffuser largement et gratuitement les savoirs auprès de tous les publics, tout en proposant des produits et des services à valeur ajoutée, qu'il s'agisse des guides, des logiciels, des formations à destination des professionnels, ou des offres d'expertise.

Le positionnement du Cerema a été précisé grâce à une enquête auprès de ses usagers et à une cartographie de l'offre.

En application de cette stratégie, Il a développé de nouveaux produits courts et synthétiques destinés à un public d'élus et de décideurs dans la collection « L'essentiel ». Un nouveau site internet sera proposé à l'automne 2017. Il mettra à disposition de nombreuses ressources accessibles au grand public ainsi qu'une librairie en ligne avec une offre de téléchargements gratuits, d'ouvrages vendus à l'unité et une première offre par abonnement. »

Laure Cadet, directrice déléguée à la diffusion des connaissances, Cerema



Les Ressources de l'immatériel et autres publications

www.economie.gouv.fr/apie/publications



Marques - Noms de domaine

- Développer des produits dérivés*
- Marques publiques : comment les protéger ?
- 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



Propriété intellectuelle

- Marchés publics et droits de propriété intellectuelle*
- Droit d'auteur, droit à l'image à l'ère du numérique
- Marchés de prestations intellectuelles : les clauses de cession de droits d'auteur dans le CCAG
- Marchés publics et droits de propriété intellectuelle : mettre en œuvre le CCAG TIC
- Conseils à la rédaction de clauses de propriété intellectuelle pour les marchés de développement et de maintenance de logiciels libres
- Les licences libres : Creative Commons
- Propriété intellectuelle : Foire aux questions
- Sécuriser la réalisation et la diffusion d'une brochure
- Sécuriser la conception et l'exploitation de son logo
- Sites internet publics et droits de propriété intellectuelle
- L'administration et les droits de propriété intellectuelle

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

Mécénat

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

Pilotage

- Développer le pilotage stratégique et la mesure des actifs immatériels des entités publiques
- Patrimoine immatériel public : quels enjeux ?
- La comptabilisation des actifs immatériels, enjeux et applications
- La comptabilisation des logiciels et bases de données
- La comptabilisation des frais de recherche et développement

Savoir-faire

- Le développement d'une offre de formation continue
- Développer une stratégie de valorisation des savoir-faire publics, au service
de la modernisation de l'action publique et de l'innovation

Contenus et images

- Quelle stratégie pour la valorisation d'un fonds photographique ?
- Réutilisation des informations publiques, bases de données et marchés publics

Directrice de la publication : Danielle BOURLANGE

Maquette : Studio graphique des ministères économiques et financiers

Composition : APIE



Agence du patrimoine immatériel de l'État

Atrium – 5 place des Vins de France

75573 Paris Cedex 12

T : + 33 (0) 1 53 44 26 00

Courriel : apie@apie.gouv.fr

Suivez-nous



@APIE_gouv

www.economie.gouv.fr/apie