



MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE  
ET DES FINANCES

MINISTÈRE DE L'ACTION  
ET DES COMPTES PUBLICS

# 20 RAPPORT 17 D'ACTIVITÉ



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

# Édito

« 10 ans après sa création, l'APIE a poursuivi en 2017 une collaboration très active avec les administrations de l'État, en adaptant son accompagnement stratégique au plus près des besoins.

Les enjeux de la transformation du secteur public appellent à mobiliser pleinement les leviers offerts par les actifs immatériels et à développer des stratégies ambitieuses. Les demandes d'accompagnement auxquelles l'APIE a répondu en 2017 traduisent cette exigence, avec notamment de nombreux projets autour des stratégies de marque, une reconnaissance accrue des enjeux de la propriété intellectuelle dans la gestion publique et singulièrement les marchés publics, le développement de sujets émergents telles la marque employeur ou les stratégies de valorisation des innovations.

Ces tendances s'inscrivent dans un contexte général marqué par une attention grandissante portée à l'immatériel en tant que levier de création de valeur et vecteur de compétitivité pour les entreprises. La prise de conscience tend d'autant plus à s'affirmer que l'immatériel est au centre des défis auxquels nos économies et, plus généralement, nos sociétés doivent répondre en termes d'innovation et de transition numérique.

L'Agence a mis non seulement ses compétences et approches novatrices, couplant marketing stratégique et expertise en droit de la propriété intellectuelle, au service d'initiatives et de projets à forts enjeux, mais a aussi continué d'apporter de façon plus générale ses conseils pour inciter et guider les acteurs publics dans l'optimisation de la gestion de leurs actifs immatériels.

L'année 2017 a également été marquée par un besoin croissant de protéger les identités publiques contre des atteintes préjudiciables aux politiques publiques et aux usagers, dont l'essor des usages numériques favorise le développement.

Modernisation, qualité et efficience du service public, création de valeur économique et sociale sont plus que jamais les maîtres-mots de l'action de l'APIE. »

**Danielle Bourlange**, directrice générale de l'APIE



# Sommaire

L'APIE : ses missions, ses valeurs.....	4
Valoriser le patrimoine immatériel : un enjeu de performance .....	4
Les faits marquants de 2017.....	5
L'activité de 2017 en chiffres.....	6
La marque, un outil stratégique pour les administrations.....	9
Protéger et défendre les marques publiques .....	12
Valoriser les savoir-faire .....	14
Agenda 2017.....	18
La propriété intellectuelle au cœur des stratégies de valorisation des actifs immatériels de l'État .....	20
Développer l'accompagnement aux stratégies de mécénat .....	23
Poursuivre l'accueil des tournages et événements privés dans les lieux publics.....	24
Inciter les entités publiques à mieux prendre en compte l'immatériel dans leur stratégie .....	25
Les Ressources de l'immatériel et autres publications .....	26

## 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 2017

Émergence  
des marques  
employeur

Intérêt toujours vif  
pour les produits  
dérivés

Nouvel atelier  
sur la stratégie  
digitale

Affirmation  
du lien entre  
stratégie des entités  
et stratégie de  
marque

Progression des  
actions de défense  
des marques

Montée  
en puissance  
de la stratégie  
de propriété  
intellectuelle dans  
les marchés  
publics

Développement  
de la stratégie  
juridique dans les  
projets d'innovation

Création  
d'un club des  
praticiens du droit  
de la propriété  
intellectuelle

Audience internet  
en hausse

## L'activité de 2017 en chiffres

### Les chiffres-clés de 2017

**11** ateliers

**13** formations et actions  
de sensibilisation

**524** nouvelles saisines

**889** marques gérées

**482** accompagnements et conseils

plus de **600** personnes  
formées et sensibilisées

**155 000** téléchargements

**93%** de satisfaction pour les ateliers

**94%** de satisfaction pour les projets

## L'activité par grands domaines

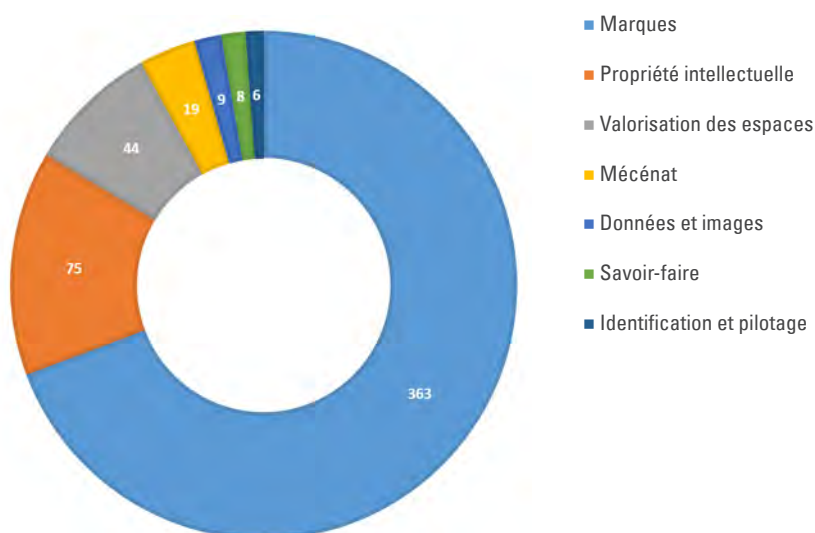
En 2017, l'APIE a une fois encore enregistré un nombre croissant de saisines (+ 17,5 % par rapport à 2016), démontrant que les enjeux de l'immatériel font désormais partie intégrante des préoccupations des administrations, qui reconnaissent le rôle et l'apport de l'Agence dans la valorisation de leurs actifs.

La valorisation des marques publiques (aspects marketing et juridique) représente une part croissante de l'activité. Le mécénat et la propriété intellectuelle sont les deux autres domaines ayant enregistré une forte progression en 2017.

L'accroissement d'activité a pu être absorbé à effectifs constants grâce à une capitalisation active de l'expertise et à une adaptation continue des process internes.

Saisines  
**+17,5%**

## Saisines par domaines\*



\* Saisines totales, dont, notamment :

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

## Actions de formation et de sensibilisation

Si l'APIE est reconnue au sein de l'administration pour son accompagnement de projets de valorisation des actifs immatériels publics, elle a également acquis une notoriété certaine en matière de formation et de sensibilisation.

### Ateliers

En 2017, près de 300 personnes ont assisté aux 11 ateliers thématiques organisés par l'APIE sur la propriété intellectuelle, les marques, la stratégie digitale et le mécénat.

### Formations

L'Agence a dispensé sept formations en 2017 (droit des marques, droit de la propriété intellectuelle, mécénat, stratégies de marque) pour une centaine de participants, en partenariat avec l'IGPDE et auprès de services ou établissements publics de l'État.

## Sensibilisation

Depuis 8 ans, l'APIE mène des actions de sensibilisation en intervenant 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.

En 2017, l'APIE a en outre poursuivi sa collaboration avec la Chaire européenne de management de l'immatériel de l'université Paris-Sud Saclay.



## Rencontres et interventions

Qu'elle en soit organisatrice ou partie prenante, l'Agence a participé à de nombreuses rencontres en 2017 (voir l'agenda pp. 18-19). Outre le club des community managers et les Matinées de l'APIE, qui rassemblent des intervenants d'horizons différents (établissements universitaires, muséaux, culturels, scientifiques, etc.) pour partager les expériences, favoriser les échanges et nourrir la réflexion collective sur des sujets émergents, cette année a vu la création du club des praticiens du droit de la propriété intellectuelle. Trois réunions ont eu lieu dans ce cadre :

- la prise en compte du droit moral ;
- le droit d'auteur des agents publics ;
- les brevets.

■ Les  
■ matinées  
■ de l'APIE

## La marque, un outil stratégique pour les administrations

Largement déployé dans la sphère publique au cours des dix dernières années, le concept de marque est aujourd'hui entré dans la culture des entités publiques. Si la notion de marque publique a pu être perçue au départ comme un paradoxe, elle est aujourd'hui reconnue comme un instrument efficace au service des institutions, du service public et des politiques publiques. Dans la continuité de cette dynamique, l'année 2017 a vu se réaliser de nombreux projets d'un niveau stratégique élevé et dans toute la diversité des facettes de la marque : labels, marques de politique publique, marques institutionnelles, marques employeur...

Outre l'approche globale et transversale inhérente à un projet de marque, la valeur ajoutée des réflexions stratégiques relatives à l'identité se trouve aussi dans leur traduction concrète, par exemple à travers l'expérience de marque, la valorisation du savoir-faire ou le développement de produits dérivés.

Depuis sa création l'APIE promeut ce rôle de la marque et cherche en permanence à adapter son accompagnement stratégique aux enjeux des commanditaires : approche globale des problématiques, conseil réunissant des compétences complémentaires

au sein de l'APIE (marketing, droit des marques, droit de propriété intellectuelle), ouverture des réflexions en mobilisant des équipes interdisciplinaires en interne et des profils pointus en externe, méthodes et outils innovants tels qu'ateliers d'idéation ou design thinking.

### La stratégie de marque au cœur de la stratégie des entités publiques

L'APIE promeut la marque comme un des leviers de la transformation de l'action publique. Ainsi, la marque ne se réduit pas à un outil marketing parmi d'autres, elle est amenée à porter une vision qui inspire tous les champs d'actions d'une entité : bien entendu la communication, mais aussi potentiellement les services, les ressources humaines, la recherche... Il est donc logique et essentiel que cette vision soit directement issue de la stratégie de l'organisation elle-même. Cette forte interdépendance entre stratégie de l'entité et stratégie de marque est aujourd'hui davantage perçue par les administrations, c'est pourquoi l'APIE est de plus en plus sollicitée dans le cadre de réflexions liées à leurs lettres/contrats d'objectifs.

Affirmation  
du lien entre  
stratégie des entités  
et stratégie de  
marque

*« La Direction générale des entreprises (DGE) pilote les actions du gouvernement pour la transformation numérique des TPE/PME. Sur recommandation du Conseil national du numérique début 2017, elle a lancé une refonte du programme Transition numérique, qui passe notamment par la création et la mise en œuvre d'une nouvelle marque pour ses actions. La DGE a tout naturellement fait appel à l'APIE sur ce sujet, d'autant que celle-ci avait participé aux travaux préparatoires portés par le Conseil national du numérique.*

*L'APIE a été un soutien méthodologique fort, notamment d'un point de vue marketing et juridique. Les travaux ont été menés en quelques semaines pour élaborer les partis pris stratégiques, la plateforme et l'architecture de la nouvelle marque, en prenant en compte l'existant et la dimension fortement partenariale du projet. L'APIE a par la suite été notre interlocuteur régulier, pour choisir la marque, sur proposition d'une agence de communication, la déposer, la protéger et la mettre en œuvre opérationnellement.*

*L'accompagnement prodigué par l'APIE sur toutes les dimensions d'une stratégie de marque est un apport remarquable pour maximiser l'impact des politiques publiques auprès des TPE/PME et des acteurs de la transformation numérique des entreprises. »*

**Aurélié Gracia-Victoria**, chef du bureau des usages du numérique de la DGE



Nouvel atelier  
sur la stratégie  
digitale

En 2017 l'APIE a notamment accompagné l'ANACT et les Hospices civils de Lyon dans la définition de leur stratégie de marque comme partie intégrante respectivement de leur COP et projet d'établissement.

### **La création d'une marque : une démarche rigoureuse qui mobilise les compétences pluridisciplinaires de l'APIE**

En 2017, l'APIE a accompagné plusieurs institutions dans des démarches de création de marque, qui incluaient pour certaines la création de nom. Ces projets ont nécessité la mise en œuvre de manière conjointe des compétences spécifiques à l'APIE, telles que le conseil stratégique, la démarche juridique de protection et le conseil élargi en propriété intellectuelle.

En effet, dès la première étape de définition du socle stratégique de la nouvelle marque (quel est le positionnement de la marque ? A qui s'adresse-t-elle ? Quelle est sa mission vis-à-vis de son ou ses publics ? Que leur promet-elle ?), les implications juridiques liées à l'usage envisagé doivent être évaluées. Par exemple, la marque sera-t-elle utilisée au sein d'un écosystème par plusieurs intervenants ou est-ce une marque simple ? Ces considérations sont essentielles pour proposer une stratégie de dépôt pertinente.

Dans un second temps, la phase de création et d'évaluation des propositions de noms requiert également l'intervention simultanée de plusieurs expertises : évaluation de l'alignement avec la stratégie définie, conseil juridique sous l'angle de la protec-

tion. En outre, lorsqu'un partenaire externe est sollicité pour proposer des noms, il est important d'inclure des clauses de propriété intellectuelle appropriées dans le contrat qui le lie à l'entité, afin que celle-ci dispose de créations en adéquation avec ses besoins et sa stratégie. Ainsi, les marques Parcoursup et la marque du programme de transformation numérique des TPE/PME ont été créées en collaboration respectivement avec le ministère de l'Éducation nationale et avec la DGE, en suivant ce cheminement rigoureux et pluridisciplinaire.

### **L'expérience de marque devient clé, dans les mondes physique et digital**

La stratégie de marque permet à une entité de s'interroger sur ses cibles, leurs attentes, la promesse sur laquelle elle peut s'engager pour y répondre au mieux. La relation avec ses clients-usagers est donc au cœur de la satisfaction. Ainsi, ces réflexions sont souvent l'occasion de considérer l'expérience globale proposée par la marque, notamment en analysant le parcours des usagers, afin d'améliorer chacun des points de blocage ou des irritants identifiés. En 2017, l'APIE a accompagné l'ENA dans la valorisation de son offre de formation continue et dans la réflexion sur l'expérience de marque pour les personnes formées.

En outre, le contexte de transformation numérique a grandement contribué au lancement de nouveaux projets de valorisation des marques, d'amélioration de l'expérience ou de stratégie de contenus



*« Dans un contexte où l'État met en place un pilotage plus centralisé de la gestion des ressources humaines, l'École nationale d'administration (ENA) a souhaité entamer une réflexion stratégique sur son activité de formation continue.*

*L'ENA a sollicité l'appui de l'APIE pour accompagner sa réflexion sur le positionnement de son offre de formation continue, mais également pour esquisser un parcours client idéal. L'APIE a su nous accompagner dans notre réflexion stratégique, en s'adaptant parfaitement à notre contexte et en produisant une étude de grande qualité. Son regard extérieur et le professionnalisme de ses équipes ont été un atout majeur dans le développement de notre activité. »*

**Jérôme Lartigau**, chargé de la mission promotion et développement de la formation continue à l'ENA



pôle emploi

*« En novembre 2017, Pôle emploi a réuni les représentants de la direction de la communication et de son réseau régional pour les sensibiliser à l'importance de la stratégie de marque. Cette rencontre avec l'APIE nous a permis de mieux prendre conscience des enjeux de la marque « Pôle emploi » et de réfléchir à la façon de la décliner dans les meilleures conditions.*

*L'APIE nous a ainsi apporté un éclairage très pertinent sur le capital que représente une marque telle que Pôle emploi. Nous avons bénéficié d'un appui et d'un accompagnement méthodologiques qui nous ont été utiles dans l'élaboration de notre charte graphique et éditoriale.*

*Avec ce partage de bonnes pratiques, nous avons réalisé à quel point la marque peut représenter une force. Ce moment d'échange a également été l'occasion de revenir sur des fondamentaux, comme la dimension stratégique et juridique de la marque. Comment mieux identifier et optimiser notre marque ? Quelle protection lui offrir, conformément au droit de la propriété intellectuelle ? Comment en rester le garant face à des usages qui se multiplient ?*

*L'APIE a fait preuve de son expertise dans ce domaine et nous a apporté son expérience et son savoir-faire. Aujourd'hui, dans un contexte où le digital a pris beaucoup de place, on constate en interne une forte propension à créer, par exemple, des logos qui s'éloignent de l'esprit de la marque. D'où la nécessité de rappeler les fondamentaux, en particulier auprès des communicants, avec l'aide et l'expertise de l'APIE. »*

**La Direction de la communication de Pôle emploi**

dans la sphère digitale. Tous ces actifs immatériels prennent ainsi une nouvelle dimension et contribuent à renforcer la valeur des marques et ce, au travers de différents canaux, qu'ils soient physiques ou numériques.

Afin de sensibiliser les administrations à ces questions, l'APIE a créé cette année un nouvel atelier sur la stratégie digitale.

## L'émergence des marques employeurs

Avènement du numérique, transformation et exigence d'innovation... les nouveaux défis de l'action publique amènent également de nouveaux enjeux en matière de ressources humaines. Dans ce contexte, l'attractivité de la fonction publique en général et des entités publiques en particulier, est primordiale, tout particulièrement pour des métiers dits « en tension » tels que l'ingénierie civile, les nouvelles technologies, les systèmes d'information... L'APIE a ainsi accompagné le ministère des Armées dans sa réflexion de marque employeur auprès des personnels civils. Ces travaux ont permis d'établir des objectifs et un discours partagés entre les différents départements « employeurs » et/ou gestionnaires de

personnels civils au sein du ministère. Ce socle stratégique est un point de départ pour la construction d'une image cohérente et efficiente auprès des agents en interne (fidélisation), et des candidats potentiels en externe (recrutement).

## Un intérêt toujours vif pour les produits dérivés

2017 voit également se confirmer l'intérêt pour la mise en place de stratégies de produits dérivés dans des entités pour lesquelles cela est particulièrement novateur. Ces démarches répondent à un besoin d'accroître les ressources propres, mais pas uniquement. Il s'agit bien souvent d'une volonté de s'affirmer, de mieux contrôler son image et de protéger une marque que d'autres peuvent être tentés d'exploiter pour capter à leur profit la force et le potentiel des marques publiques. L'APIE a ainsi accompagné plusieurs entités, comme la Direction générale de la Gendarmerie nationale. Le Centre des monuments nationaux, que l'APIE avait conseillé en 2016 sur la stratégie de marque et de produits dérivés, a recruté en 2017 un agent de licences afin de monter en puissance sur le développement de produits dérivés.

Émergence  
des marques  
employeur

Intérêt toujours vif  
pour les produits  
dérivés

## Protéger et défendre les marques publiques

Progression des  
actions de défense  
des marques

Chargée depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2015 de la gestion des marques des administrations de l'État, l'APIE maintient en 2017 son accompagnement au plus près des projets et des besoins des entités qu'elle accompagne.

L'APIE a ainsi déposée 54 marques pour le compte des services de l'État en 2017, après avoir mené une analyse systématique sur l'opportunité du dépôt et la disponibilité du signe envisagé, permettant de rationaliser les portefeuilles et de sécuriser les marques publiques. Dans cette même démarche de sécurisation/rationalisation, l'APIE a mené plusieurs audits de portefeuilles, conduisant à abandonner des marques obsolètes tout en renforçant la protection de signes stratégiques. Par ailleurs, le Sénat a confié en 2017 la gestion de ses marques à l'APIE, au terme d'un audit mené sur ses signes identitaires.

Les actions de veille et de défense des marques et identités publiques ont également progressé, du fait notamment de nombreux dépôts abusifs en lien avec des annonces gouvernementales ou de nouvelles procédures. Dans ce contexte, le dépôt des marques, la réservation

des noms de domaine et la création des identifiants sur les réseaux sociaux avant toute communication officielle demeurent primordiaux.

L'APIE poursuit son accompagnement dans toutes les étapes de la vie de la marque et assiste les personnes publiques dans la rédaction des documents contractuels nécessaires : règlement d'usage de marques collectives, convention de copropriété mais également contrat de licence ou de cession. L'APIE a ainsi assisté un service dans la cession d'une marque à une fondation reconnue d'utilité publique, mais aussi dans la récupération d'une marque support d'une politique publique.

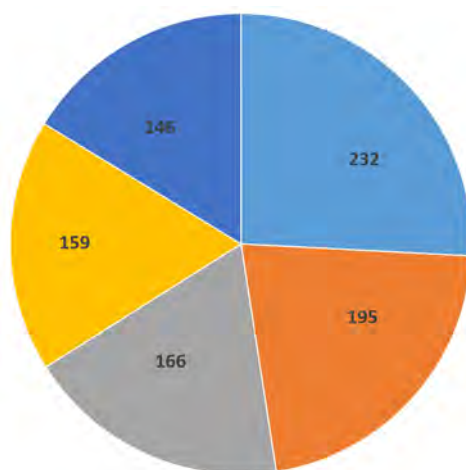
Enfin, l'APIE a renforcé son expertise sur la protection des signes publics en élaborant une doctrine sur la protection des identités publiques, notamment au-delà du droit des marques.

L'Agence a également participé aux travaux de transposition de la nouvelle directive européenne relative aux marques, en lien avec la DGE et l'INPI, dans l'optique d'améliorer la protection des signes publics et l'encadrement des labels. Ces travaux se poursuivront en 2018.

889

marques gérées  
31/12/2017

### Répartition des marques gérées par l'APIE



■ Transition écologique et solidaire & Agriculture et Alimentation

■ Éducation nationale, Enseignement supérieur et Recherche & Culture et Communication & Europe et Affaires étrangères & Justice & Solidarités et Santé

■ Ministères économiques et financiers

■ Défense & Intérieur

■ Services du Premier ministre & Autorités administratives indépendantes & grands corps d'État

« L'APIE gère avec rigueur, réactivité et efficacité les marques des ministères en charge de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur et de la Recherche depuis 2015.

C'est donc naturellement que nous nous sommes tournés vers l'APIE pour travailler sur le nom de la nouvelle plateforme nationale d'admission dans l'enseignement supérieur.

L'enjeu était de taille : marquer le changement, incarner les nouvelles valeurs de la plateforme, se différencier de la plateforme Admission post-bac.

L'APIE a très vite dédié une équipe sur ce projet, afin d'accompagner le ministère à la fois sur les aspects marketing et juridique, que ce soit pour définir les constitutifs de la marque (valeurs, promesse, ambition...), identifier et évaluer les noms de marque proposés et analyser leur distinctivité et disponibilité... Sur la cinquantaine de noms proposés lors des ateliers de travail, quatre ont finalement été retenus grâce à l'APIE pour être proposés au vote de notre public cible : les lycéens.

Nous travaillons maintenant conjointement avec l'APIE sur la stratégie de protection de la marque retenue (Parcoursup), ainsi que sur les règles pour son utilisation par des tiers. »

**Clélia Morali**, déléguée à la communication et **Aurélia Guillou**, adjointe de la déléguée, pour les ministères de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation



## Exemples de marques pour lesquelles l'APIE a été sollicitée



54

marques déposées  
en 2017

## Valoriser les savoir-faire

### Des accompagnements variés pour valoriser les savoir-faire et les innovations

Depuis quelques années, l'APIE constate une prise de conscience grandissante de l'intérêt de valoriser les expertises et savoir-faire des entités publiques et de leurs agents. Cela se traduit par différentes actions de la part des acteurs publics.

Ainsi, des initiatives ambitieuses ont pu être portées, avec le concours de l'APIE, afin de construire ou d'améliorer des offres de formation ou de conseil proposées par des entités publiques sur des marchés internationaux ou au secteur privé. Cela a pu être le cas pour l'expertise patrimoniale des acteurs culturels publics français à l'étranger. En 2017, l'APIE a notamment travaillé avec le ministère de la Culture et la Communication sur la tarification d'une offre de conseil à l'international. Dans un autre registre, l'APIE a accompagné l'ENA pour affiner le positionnement de son offre de formation continue avec, notamment, une analyse du parcours des utilisateurs afin de positionner l'ENA comme un acteur de référence sur le marché de la formation continue.

Les savoir-faire des agents publics s'expriment également dans des projets innovants, reflets de la richesse du patrimoine immatériel des entités publiques. Ces innovations peuvent susciter l'intérêt d'autres acteurs publics, mais également privés. En effet, la

richesse des savoir-faire issus de la sphère publique, et dans certains cas leur caractère unique (on ne retrouve pas ou peu les savoir-faire régaliens de l'État dans le secteur privé), confèrent aux projets sur lesquels ils sont construits un caractère de rareté et une grande valeur.

Depuis plusieurs années, l'APIE accompagne ces projets afin de mieux valoriser les savoir-faire dont ils sont issus, que ce soit par une reconnaissance des apports de valeurs de chacun, mais également par le transfert des innovations auprès d'acteurs tiers (mutualisation interministérielle et secteur privé).

Les dynamiques d'innovation qui sont de plus en plus présentes dans les organisations publiques sont une formidable opportunité pour mettre en avant les savoir-faire des agents publics et positionner le secteur public comme un acteur de référence dans son domaine. L'APIE a pu accompagner une telle démarche avec l'ANACT (Agence nationale pour l'amélioration des conditions de travail), établissement public du ministère du Travail. Au travers des réflexions sur la stratégie d'innovation de l'entité, un accompagnement juridique sur la gestion de la propriété intellectuelle dans des projets d'innovation et un travail sur l'identité et la marque ANACT, des bases ont été posées pour notamment nourrir le contrat d'objectifs et de performance (COP) de l'établissement public.



*« Grâce à une saisine de son ministère de tutelle, l'Agence nationale pour l'amélioration des conditions de travail (ANACT) a pu bénéficier de l'accompagnement de l'APIE pour réinterroger son positionnement et sa stratégie de marque en amont de l'élaboration de son COP. Les apports d'expertise de l'équipe de l'APIE, notamment sur les démarches d'innovation publique, mais aussi sa capacité à animer des temps collectifs avec l'ensemble des parties prenantes, nous ont permis de progresser à la fois sur le fond de notre stratégie et sur la poursuite de notre démarche de transformation. L'existence d'une offre publique de conseil et d'accompagnement sur ces sujets représente une valeur ajoutée considérable pour des acteurs publics amenés à s'adapter de plus en plus vite aux évolutions de leur environnement. »*

**Olivier Mériaux**, directeur général adjoint - directeur technique et scientifique de l'ANACT



*« Le Commissariat général à l'égalité des territoires (CGET) a impulsé en 2016 le Carrefour des innovations sociales visant à rendre accessibles, de manière fiable et qualifiée, les innovations sociales dans les territoires. Le projet est maintenant porté par plus de 80 partenaires et conduit selon les principes des Communs. Il s'incarne par une plateforme web qui mutualise les fiches de capitalisation de projets dispersées sur des centaines de sites web grâce à un moteur de recherche, facilite la mise en lien et les échanges de savoir-faire entre accompagnants et porteurs de projets. Des milliers d'innovations sont ainsi recensées, localisées et rendues facilement accessibles. Il en résulte la mise en place progressive d'un réseau social, celui des innovateurs au plus près des territoires.*

*L'APIE a apporté un conseil stratégique au projet rendant possible, pour le CGET, son positionnement comme animateur d'un collectif de partenaires publics, associatifs et privés. Son appui a été déterminant pour mener à bien ce projet et nous a permis, par exemple, de gagner le soutien du Programme d'investissement d'avenir, dans le cadre du programme Entrepreneur d'intérêt général. »*

**Emmanuel Dupont**, responsable de la mission Stratégie de recherche et d'innovation du CGET

De même, les dynamiques liées à l'innovation s'illustrent souvent par des communautés, souvent interministérielles et ouvertes vers la sphère privée. Ces communautés sont des actifs immatériels que l'APIE aide à valoriser. En 2017, un tel travail a été commencé avec une communauté lancée au sein du ministère de la Transition écologique et solidaire. L'objectif de cette communauté étant d'éclairer et accompagner la transformation publique au bénéfice de la transition écologique et solidaire, l'APIE assiste les porteurs de cette initiative pour faciliter l'appropriation au sein du ministère par un travail stratégique sur le positionnement et la marque de cette communauté.

Des communautés peuvent également être créées autour de projets innovants, notamment lorsque ces derniers font l'objet d'une politique d'ouverture avec des licences libres. L'APIE a accompagné une telle communauté qui s'est formée autour de Geotrek, l'application de gestion et de mise en valeur des sentiers et activités touristiques initialement développée par les Parcs nationaux des Écrins et du Mercantour. Le code source de cette application est mis à disposition de tous grâce à des

licences « open source ». Près de 50 entités publiques l'utilisent aujourd'hui et contribuent à la communauté qui s'est créée autour de ce projet. Par du conseil stratégique et juridique (protection de la marque Geotrek), l'APIE participe à cette initiative qui met en lumière des agents publics innovants et permet de réaliser des économies substantielles pour les acteurs concernés (le partage de l'application a ainsi généré une économie estimée entre 5 et 10 M€).

L'APIE a également accompagné le Commissariat général à l'égalité des territoires (CGET) dans le développement de la plateforme du Carrefour des innovations sociales.

Ce Carrefour vise à mutualiser et à mettre à disposition, de manière ouverte, l'ensemble des innovations sociales capitalisées sur les divers sites internet des agrégateurs.

L'Agence a par ailleurs participé à un groupe de travail organisé par le ministère de la Culture et de la Communication, intitulé « Droit et diffusion technologique des contenus ». Les contributions de l'APIE visaient à éclairer certains enjeux techniques comme les métadonnées.



### Industrialisation de l'écouvillon de collecte ADN GendSAG

La Gendarmerie nationale a signé un partenariat organisant le transfert de technologies et la production du brevet GendSAG (écouvillon de collecte ADN permettant une analyse génétique directe).

La conclusion de ce partenariat a été mise au point en collaboration avec l'APIE. Elle s'inscrit dans la démarche de valorisation systématique des nombreuses inventions et innovations du personnel de Gendarmerie.

## Un travail sur les méthodes spécifiques de valorisation des savoir-faire et des innovations

Les stratégies de valorisation d'un savoir-faire ou d'un projet innovant nécessitent d'en aborder à la fois les dimensions marketing (analyse du/des marché(s), étude de l'environnement concurrentiel), juridiques (contenus des projets, outils de protection possibles), économiques (potentiel de valorisation, investissements demandés) et organisationnel (capacité interne, partenariats à réaliser).

L'APIE propose une expertise couvrant l'ensemble de ces éléments.

Ces stratégies de valorisation sont définies au cas par cas et peuvent aller de l'ouverture totale de la propriété intellectuelle d'un projet à la mise en place de licences d'utilisation de propriété intellectuelle avec des ressources propres pour les entités publiques ; en association ou non à une valorisation par la marque. Il n'existe pas de modèle unique et la méthode développée par l'APIE permet de choisir la stratégie appropriée au projet et offrant la création de valeur optimale. Par la suite, l'APIE peut également proposer d'accompagner la mise en place de cette stratégie. Cela peut prendre la forme d'assistance à la rédaction des clauses de propriété intellectuelle dans les contrats ou à la mise en place de bonnes pratiques permettant de mieux protéger les inventions. La construction d'une stratégie de marque autour d'un projet ainsi que la mise en place de licences de marque pour les partenaires de projets d'innovation peuvent également s'inscrire dans une stratégie de valorisation.



*« De longue date, la Brigade de sapeurs-pompiers de Paris (BSPP) a innové dans son domaine de compétence propre : la lutte contre l'incendie. L'exemple emblématique est le casque qui équipe désormais tous les pompiers France ainsi que ceux de très nombreux autres pays.*

*Si cette volonté d'innover reste toujours aussi présente, la Brigade l'inscrit désormais dans une volonté de valorisation de ses savoir-faire dans un environnement juridique complexe.*

*Depuis deux ans, au travers de notre projet d'innovation sur les moyens d'extinction, l'APIE nous accompagne en assurant un coaching propice à faire mûrir une véritable stratégie de positionnement autour du projet en cours, notamment sur la nature des protections intellectuelles et industrielles à mettre en place et sur le positionnement avec les partenaires industriels dans la perspective de préserver les intérêts de la BSPP.*

*En la matière, l'APIE apporte une expertise fine et une réflexion de fond dans un domaine qui n'est pas aisément abordable, pour lequel les compétences internes sont encore rares et, il faut bien le reconnaître, pour lequel consacrer du temps est parfois difficile.*

*Aujourd'hui, l'appui de l'APIE nous permet de savoir quantifier en amont les apports qui sont les nôtres au sein du projet, d'anticiper dès l'origine les différentes stratégies de protection envisageables et d'aborder, avec nos partenaires industriels, une négociation en maîtrisant au mieux les enjeux de chacun. »*

**LCL Fabian Testa**, adjoint au chef du bureau études et prospective de la BSPP



## Création et mise en œuvre d'un kit de partage collaboratif pour les méthodes et outils de valorisation des innovations

### ■ Conception de l'outil avec une approche design

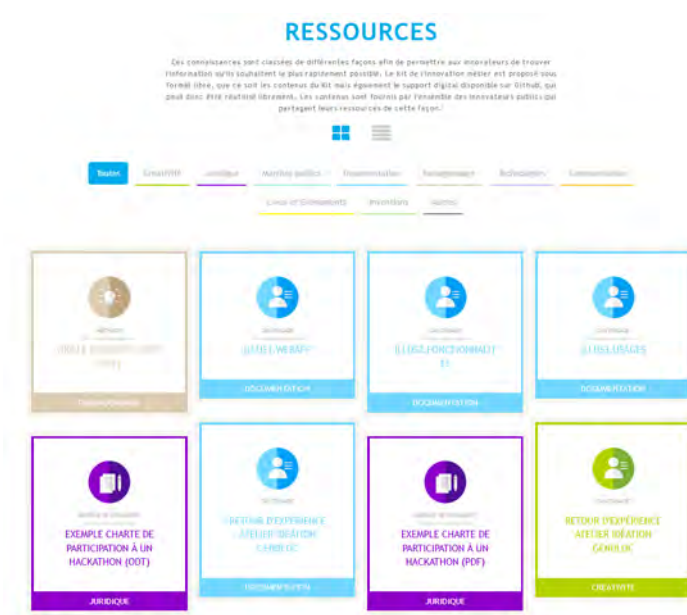
L'APIE a réalisé une première phase de design thinking consistant à travailler avec une designer pendant plusieurs mois pour maquetter les interfaces graphiques du kit. Ce travail a été réalisé en Creative Commons. Puis, avec l'aide précieuse d'un développeur informatique, l'implémentation technique a été réalisée sous licence libre Cecill/GPL. Le kit permet de mettre en place simplement une plateforme de partage de documents en s'appuyant sur la technologie GIT tout en lui donnant une interface simple et conviviale.

### ■ Lancement de l'outil à la Semaine de l'innovation publique

Le kit a été lancé lors de la Semaine de l'innovation publique 2017, dans différents événements associés comme celui du ministère de la Culture au Liberté Living Lab, la session organisée par la DITP et la CNIL dans les services du Premier ministre ou encore celui du Commissariat général au développement durable du ministère de la Transition écologique et solidaire.

### ■ Transfert du kit dans d'autres plateformes de l'État et mise à disposition sur Github

Le kit a ensuite été transféré dans d'autres plateformes de l'État et est disponible sur Github (<https://github.com/InnovMetierEtat/innovmetieretat.github.io>).



# Agenda 2017

## JANVIER

11. Atelier d'idéation pour le défi « Drone Indoor Forces Spéciales » de la Direction générale de l'Armement

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

25. Matinée « Animer une communauté d'innovation »



## FÉVRIER

15. Formation à la DILA – Fondamentaux juridiques et marketing

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

## MARS

7. Intervention à la Chaire européenne de management de l'immatériel – Innovation et savoir-faire



23. **Atelier.** Savoir-faire et innovation ouverte

28. Intervention à la Chaire européenne de management de l'immatériel – Mécénat

## AVRIL

24. Formation à la Direction générale de l'aviation civile – Création de marque : fondamentaux juridiques et marketing

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



27. Formation à l'IGPDE – Les enjeux de la propriété intellectuelle



## MAI

5. Groupe de travail sur la labellisation des objets connectés de santé

11. **Atelier.** Immatériel et éthique



18. Club des praticiens du droit de la propriété intellectuelle – La prise en compte du droit moral

18 et 24. Sensibilisation à destination des référents ministériels achats – Droits de propriété intellectuelle dans les marchés publics

## JUIN

8. **Atelier.** Déployer sa stratégie de marque : de la plateforme de marque à sa mise en œuvre



9. Formation à l'IGPDE – Le régime des droits de la propriété intellectuelle dans les marchés publics



27. Atelier idéation Bercy Innov



## JUILLET

3. Meet-up à l'Anticafé Beaubourg - Kit de l'innovation métier

4. Sensibilisation à destination des référents ministériels achats – Droits de propriété intellectuelle dans les marchés publics

6. Club des community managers sur le thème « Brand advocacy »

## SEPTEMBRE

7. Club des praticiens du droit de la propriété intellectuelle – Le droit d'auteur des agents publics

16-17. Participation aux Journées européennes du patrimoine



28. **Atelier.** Marque : fondamentaux juridiques et marketing



## OCTOBRE

12. **Atelier.** Stratégie de propriété intellectuelle dans les projets d'innovation

17. Sensibilisation à l'IRA de Lille – Présentation de l'APIE et des enjeux de l'immatériel



17. Formation à la Direction générale de l'aviation civile – Fondamentaux marketing et juridiques

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



## NOVEMBRE

6. Sensibilisation lors des Assises de la mobilité – Séminaire « Commande publique et innovation »

16. **Atelier.** Stratégie digitale – Pourquoi et comment élaborer sa stratégie digitale ?



23. **Atelier.** Stratégie de propriété intellectuelle dans les projets d'innovation



Dans le cadre de la #SemaineIP qui s'est déroulée du 20 au 26 :



20. Hackathon Culture et Tourisme, du ministère de la Culture et de la Communication au Liberté Living Lab

21. Présentation du kit de l'innovation métier de l'APIE aux services du Premier ministre

22. « Poster session innovation », atelier participatif, du réseau informel des innovateurs publics, au ministère de l'Économie et des Finances

24. Animation d'une table ronde au séminaire « Quelles innovations publiques pour la transition écologique et solidaire ? » du Commissariat général au développement durable

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



## DÉCEMBRE

7. **Atelier.** Mécénat : aspects stratégiques, juridiques et éthiques

8. Sensibilisation aux enjeux de la marque auprès de Pôle emploi

13. Colloque Fondafip/ Afigèse Les modes alternatifs de financement des collectivités locales – La valorisation du patrimoine immatériel

15. Club des praticiens du droit de la propriété intellectuelle – Le brevet

## La propriété intellectuelle au cœur des stratégies de valorisation des actifs immatériels de l'État

Montée  
en puissance  
de la stratégie  
de propriété  
intellectuelle dans  
les marchés  
publics

L'APIE a poursuivi activement ses actions de sensibilisation aux enjeux de la propriété intellectuelle dans la sphère publique et son accompagnement dans la stratégie juridique de projets ambitieux.

La propriété intellectuelle occupe en effet une place centrale dans les stratégies de valorisation des actifs immatériels de l'État. Sa bonne gestion permet de :

- sécuriser l'exploitation des créations intellectuelles ;
- trouver un équilibre gagnant-gagnant entre les besoins de l'administration et ceux de ses partenaires ;
- encourager l'innovation et la création de valeur économique.

Ainsi, une gestion optimale de la propriété intellectuelle est susceptible de contribuer à l'efficacité de l'action publique notamment dans les marchés de prestations intellectuelles et informatiques, les projets d'innovation, la valorisation du savoir-faire des administrations, les concessions de service, les projets d'édition.

### Marchés publics et propriété intellectuelle

L'expertise spécifique de l'APIE, notamment en matière de propriété intellectuelle dans les marchés publics, l'a conduite en 2017 à accompagner des administrations dans des projets ambitieux et à forts enjeux financiers.

Exemples d'intervention :

- accompagnement à la stratégie de propriété intellectuelle dans le cadre de marchés informatiques ;
- accompagnement à l'exécution de marchés de communication ;
- accompagnement à la mise sous licence libre d'outils de communication ;
- accompagnement à la stratégie de propriété intellectuelle de partenariats d'innovation.

### Innovations, savoir-faire et propriété intellectuelle

L'innovation est au cœur du renouvellement de l'action publique et nécessite un accompagnement, notamment en matière de propriété intellectuelle, au plus près des besoins du terrain. Forte de son expertise, l'APIE a développé des ressources spécifiques destinées à sensibiliser les acteurs aux bonnes pratiques en matière d'achats innovants et de partenariats d'innovation.

Les administrations elles-mêmes élaborent des solutions de plus en plus novatrices que ce soit dans les domaines informatiques, techniques ou technologiques. La valorisation de ces innovations (diffusion, essai-mage, mutualisation, partenariats, etc.) nécessite la définition de stratégies en termes de marketing et de propriété intellectuelle.

Création  
d'un club des  
praticiens du droit  
de la propriété  
intellectuelle

Exemples d'intervention :

- stratégie de protection de démarches de « gamification » ;
- stratégie préalable à la rédaction de règlements de hackathons et concours ;
- stratégie relative aux droits de propriété intellectuelle dans des projets innovants.

Autres exemples d'intervention :

- accompagnement à la sécurisation de la diffusion de contenus ;
- accompagnement à la conception et rédaction de contrats dans des projets éditoriaux.

### Diffusion des bonnes pratiques par des actions ciblées de sensibilisation

Sur la base de ses échanges réguliers avec les acteurs de terrain, l'APIE identifie les besoins de sensibilisation et élabore de nouvelles ressources permettant de diffuser les réflexes et bonnes pratiques aux acteurs publics. Elle réunit régulièrement des spécialistes de la propriété intellectuelle dans la sphère publique pour partager leurs expériences.

Elle a ainsi proposé au cours de l'année 2017 un nouvel atelier dédié à la stratégie juridique dans les projets d'innovation du secteur public. La première édition de cet atelier a rencontré un franc succès et a conduit l'APIE à proposer un deuxième atelier sur cette nouvelle thématique.

75

saisines  
en propriété  
intellectuelle

Développement  
de la stratégie  
juridique dans les  
projets d'innovation

*« Force armée exerçant des missions de sécurité publique, d'ordre public, de police judiciaire, de sécurité routière mais aussi de renseignement criminel, la Gendarmerie nationale est amenée à renforcer au quotidien son volet scientifique et technologique. Afin d'assurer son développement, une politique de promotion des innovations conçues par ses personnels ainsi que de valorisation de son patrimoine immatériel a été lancée en 2015.*

*L'APIE est devenue un partenaire privilégié de la Gendarmerie nationale dans le cadre de la gestion optimisée des actifs immatériels publics et de l'accompagnement des stratégies de valorisation de ce patrimoine.*

*La Gendarmerie nationale a bénéficié de l'expertise de l'APIE pour la valorisation de ses projets de propriété intellectuelle : dépôt de brevet, recherche de partenaires en mesure d'industrialiser ses inventions brevetables, identification de montages contractuels complexes existants, conseils juridiques et financiers.*

*L'APIE accompagne également la Gendarmerie nationale dans le dépôt et la protection de ses marques : Gendarmerie nationale, GIGN, Garde républicaine, PGHM et IRCGN. Avec son appui, la Gendarmerie nationale a pu faire retirer de la vente des produits qui utilisaient ses marques sans demande préalable. Parallèlement, la Gendarmerie a conclu de nombreux contrats de licences de marque et perçoit à ce titre des redevances pour l'utilisation de son image.*

*Cette Agence veille à proposer un service à haute valeur ajoutée auquel s'ajoute une réactivité favorisée par une accessibilité permanente, ainsi qu'une forte capacité à fournir des conseils juridiques pointus. Avec l'aide de l'APIE, la Gendarmerie nationale a pu concrétiser de nombreux projets, et s'attache à progresser sans cesse dans ce domaine. La Gendarmerie nationale souhaite même approfondir sa collaboration avec l'APIE en lui confiant de nouvelles missions, comme la réalisation d'études de marchés pour s'assurer de la possible commercialisation de ses innovations. »*

**Carla Lucas**, juriste au sein de la section Conventions, partenariats et contentieux des dommages à la Direction générale de la Gendarmerie nationale



## Approfondissement des partenariats



**+5 000**  
télécharge-  
ments du quiz

En 2017, l'APIE a diffusé un quiz ludique pour favoriser la prise de conscience des conséquences d'une non prise en compte des droits de propriété intellectuelle dans les marchés publics, en apprenant par l'erreur.

Ce quiz place les personnes publiques en situation pour :

- identifier les situations à risques ;
- acquérir les connaissances de base en droit d'auteur et disposer des clés pour comprendre les enjeux des droits de PI dans les marchés publics ;
- mesurer l'impact du choix du CCAG et des options ainsi que l'importance de la rédaction des clauses ;
- avoir le réflexe de se poser des questions en amont de la conclusion d'un marché et de se référer aux outils existants pour y trouver la réponse (fiches techniques, formations).

Ce quiz a été largement diffusé dans la sphère publique et a été téléchargé plus de 5000 fois sur le site de l'APIE.

Des actions de communication plus ciblées ont également été entreprises pour :

- encourager un dialogue entre prescripteurs (services informatiques, etc.) et acheteurs, dialogue nécessaire à la rédaction des clauses de propriété intellectuelle dans les marchés :

### **Prescripteur d'achat public, je suis concerné par la propriété intellectuelle**

- aider les acheteurs à appréhender ce domaine spécifique du droit :

### **Clause de propriété intellectuelle dans les marchés publics - Option A / Option B : quelles différences ?**

### **Quels achats publics sont concernés par la propriété intellectuelle ?**

## L'APIE continue à approfondir ses partenariats

### **Avec la DAE**

L'Agence travaille étroitement avec la Direction des achats de l'État pour une meilleure prise en compte générale de la propriété intellectuelle dans les marchés publics. Dans ce cadre, elle a notamment participé aux Assises nationales de la mobilité en octobre 2017, sur le thème de la commande publique et l'innovation dans le secteur de la mobilité.

### **Avec la DINSIC**

L'APIE contribue aux travaux menés par la DINSIC pour construire la stratégie de logiciel libre de l'État. À cette occasion, elle a animé un atelier le 7 avril et participera à la mise à jour du guide sur la diffusion sous licence libre de logiciels acquis dans le cadre des marchés publics.



### **L'APIE participe, en tant que membre, aux travaux :**

- du Conseil d'orientation de l'édition publique et de l'information administrative (COEPIA) ;
- du Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique (CSPLA).

## Développer l'accompagnement aux stratégies de mécénat

De nombreuses personnes publiques ont déjà recours au mécénat ou souhaitent y recourir afin de développer des projets d'intérêt général.

Depuis plusieurs années, l'APIE propose un accompagnement en :

- stratégie de recours au mécénat ;
- conseil juridique ;
- apport de méthodologie et outils pertinents : convention type, guide d'élaboration d'une charte éthique, grille de remerciements ;
- partage de bonnes pratiques.

L'année 2017 a été marquée par l'approfondissement de l'expertise de l'APIE afin de formuler des recommandations pour un ciblage efficace de mécènes potentiels.

Un nouveau cahier pratique **Mettre en place une stratégie de mécénat : des objectifs à la mise en œuvre** a été publié. Il s'adresse aux acteurs publics, encore novices, et vise à donner aux administrations des repères utiles et pratiques pour un recours efficace au mécénat.

*« Le ministère de l'Intérieur est, au sein de l'État, l'un des premiers occupants d'immeubles domaniaux. Son vaste parc immobilier est affecté à la police, à la Gendarmerie ainsi qu'aux préfectures et sous-préfectures. Parmi ces dernières, quelques-unes occupent des locaux inscrits au titre des monuments historiques.*

*L'hôtel préfectoral de la Corrèze à Tulle est l'un des sites emblématiques de ce riche patrimoine. Cent quarante ans après sa construction, la préfecture fait l'objet d'un programme de rénovation ambitieux. Pour préserver son architecture du Second Empire, le ministère de l'Intérieur a souhaité engager une démarche d'appel au mécénat.*

*La Délégation à l'information et à la communication, en charge d'accompagner la préfecture de Tulle dans cette action innovante, a sollicité l'expertise de l'APIE.*

*Son concours est intervenu lors des différentes phases de montage de cette opération, dans plusieurs domaines :*

- *au niveau stratégique : une étude juridique sur diverses solutions de valorisation des travaux, des conseils sur le ciblage de mécènes, des suggestions sur les contreparties en regard de la valeur des dons ;*
- *l'apport d'outils : un document cadre sur le mécénat des bâtiments préfectoraux, une convention type, un guide d'élaboration d'une charte éthique, une grille de remerciements. »*

**David Julliard**, délégué à l'information et à la communication du ministère de l'Intérieur

Crédit photo : Ministère de l'Intérieur/DICOM/P. Chabaud



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

Depuis sa création, l'APIE valorise les qualités immatérielles des sites publics pour l'accueil de tournages et d'événements privés.

Cela contribue à donner une image ouverte et moderne de l'administration et à fédérer les agents.

Cette démarche permet également de percevoir des ressources complémentaires, souvent réaffectées à la rénovation des bâtiments.

À cet effet, l'Agence a développé une méthodologie de tarification des espaces publics, qui fait l'objet de benchmarks réguliers permettant d'étudier le marché de la location d'espaces en France (en distinguant le marché du cinéma et de l'événementiel) et de proposer aux administrations et établissements publics des tarifs cohérents et homogènes.

L'APIE accompagne ainsi les entités publiques dans l'ouverture de leurs lieux, notamment pour :

- l'élaboration des grilles tarifaires ;
- la rédaction du cadre contractuel ;
- la rédaction d'une charte éthique relative à l'accueil d'événements privés dans les lieux publics.

L'année 2017 a vu évoluer la législation, avec l'ordonnance du 19 avril, qui a modifié le Code général de la propriété des personnes publiques en rendant obligatoires des mesures de publicité préalables pour les occupations de courte durée.

En 2017, l'Institut national du patrimoine a ouvert ses espaces aux événements privés. Manufacture des Allumettes d'Aubervilliers © Laure Vandenberg



## 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 apporte 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**



### Audience internet : de très bons résultats

L'Agence 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 2017, les Ressources de l'immatériel et les autres publications mises à disposition sur le site internet de l'Agence ont enregistré près de 155 000 téléchargements.

En outre, les focus, dont la publication a été lancée en 2015, se sont enrichis de 17 nouveaux sujets.

Ces documents en ligne participent du bon résultat de l'audience numérique, en hausse de 12,4 % par rapport à 2016.

Les nouvelles publications et mises à jour sont régulièrement présentées dans la lettre d'information mensuelle de l'Agence, Info APIE, adressée à plus de 2 100 destinataires (+ 35 % par rapport à 2016).

Audience internet  
en hausse

info | apie

# Les Ressources de l'immatériel et autres publications

[www.economie.gouv.fr/apie/publications](http://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
- Sécuriser la conception et l'exploitation de son logo
- Sécuriser la réalisation et la diffusion d'une brochure
- La stratégie de marque, et après ? 5 ingrédients pour un brief efficace
- Logo en couleur ou en noir et blanc : que privilégier ?
- La marque, levier de valorisation de l'innovation métier publique
- Pourquoi et comment construire une architecture de marques ?
- Comment protéger un signe non déposé à titre de marque ?
- Marque verbale, marque figurative : de quoi s'agit-il ?
- Étude d'image : un outil au service de la marque

## Propriété intellectuelle



- Partenariat d'innovation : la stratégie de propriété intellectuelle\*
- Concessions de travaux ou de services et marques : les bons réflexes\*
- 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\*\*
- L'exploitation de l'image des personnes
- Dans quels cas l'administration peut-elle considérer que l'œuvre créée est une œuvre collective ?
- Option A - Option B : quelles différences ?
- Quels achats publics sont concernés par la propriété intellectuelle ?
- Prescripteur d'achat public, je suis concerné par la propriété intellectuelle
- Droit d'auteur, droit à l'image : les étapes essentielles pour utiliser un contenu\*



**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](mailto:apie@apie.gouv.fr)

Suivez-nous



@APIE\_gouv

[www.economie.gouv.fr/apie](http://www.economie.gouv.fr/apie)