

## **Comité consultatif sur l'application des droits**

**Douzième session**  
**Genève, 4 – 6 septembre 2017**

### **INSTRUMENT DE L'OMPI RELATIF À LA CONDUITE D'ENQUÊTES AUPRÈS DES CONSOMMATEURS SUR LE RESPECT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE – ÉVALUER LES COMPORTEMENTS ET MESURER L'EFFICACITÉ DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION**

*Document établi par M. Mike Clubbe, consultant indépendant en matière de recherche auprès des consommateurs et PDG de Actualise Research Services, Twickenham (Royaume-Uni)\**

#### **RÉSUMÉ**

L'OMPI a demandé qu'un instrument relatif à la conduite d'enquêtes soit élaboré afin d'aider ses États membres à évaluer les comportements des consommateurs à l'égard des atteintes aux droits de propriété intellectuelle et à mesurer l'efficacité des campagnes de communication visant à promouvoir le respect de ces droits. Le projet a été entrepris grâce à un soutien financier du Ministère de la culture, des sports et du tourisme de la République de Corée. L'Instrument relatif à la conduite d'enquêtes contient des modèles de questionnaires accompagnés d'instructions détaillées qui devraient permettre aux utilisateurs de créer rapidement et simplement un questionnaire complet pour la conduite d'enquêtes auprès des consommateurs, et d'obtenir des ensembles de données facilement comparables d'une enquête à l'autre. Cet instrument peut notamment être utilisé pour mesurer la part de la population qui consomme certains types de marchandises portant atteinte à des droits de propriété intellectuelle, pour connaître les attitudes et les motivations des consommateurs, pour surveiller l'évolution des tendances et pour évaluer l'efficacité des campagnes médiatiques visant à promouvoir le respect de la propriété intellectuelle.

---

\* Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement ceux du Secrétariat ou des États membres de l'OMPI.

## I. INTRODUCTION

1. L'*Instrument de l'OMPI relatif à la conduite d'enquêtes auprès des consommateurs sur le respect de la propriété intellectuelle* est un ensemble de questionnaires types conçu pour aider les utilisateurs à créer rapidement et facilement des questionnaires en vue de mener des recherches auprès des consommateurs sur les atteintes aux droits de propriété intellectuelle. Le projet a été mis en œuvre grâce au soutien financier du Ministère de la culture, des sports et du tourisme de la République de Corée, et élaboré en étroite collaboration avec l'OMPI.

2. L'instrument est destiné à être utilisé par des organismes des secteurs public et privé souhaitant évaluer les attitudes des consommateurs à l'égard des marchandises pirates ou de contrefaçon. Il a été conçu selon un format harmonisé et modulable qui permet, si les indications générales contenues dans le document sont respectées, d'établir des comparaisons entre des enquêtes menées indépendamment les unes des autres.

## II. OBJET DE L'INSTRUMENT RELATIF À LA CONDUITE D'ENQUÊTES AUPRÈS DES CONSOMMATEURS SUR LE RESPECT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

3. L'Instrument de l'OMPI relatif à la conduite d'enquêtes auprès des consommateurs sur le respect de la propriété intellectuelle permet de comparer les attitudes à l'égard des marchandises pirates ou de contrefaçon. Les changements d'attitude peuvent être évalués au cours du temps, ce qui permet de déterminer les principales tendances en matière de consommation de marchandises pirates ou de contrefaçon. Ces données peuvent être utilisées pour orienter l'établissement de priorités en matière d'attribution des ressources en vue de la prise de mesures préventives, et pour évaluer les stratégies visant à promouvoir le respect des droits de propriété intellectuelle. En outre, l'instrument permet de mesurer l'efficacité des campagnes de communication et peut être utilisé pour déterminer des mesures de comparaison au sein d'un territoire ou entre plusieurs territoires.

4. Les principaux résultats qui peuvent être obtenus grâce aux questionnaires types sont la mesure du pourcentage de la population d'un territoire donné qui est exposée/a accès à des marchandises ou services pirates ou de contrefaçon et qui en utilise, ainsi que des données sur l'attitude de la population à l'égard de leur utilisation. L'enquête permet non seulement de mesurer la fréquence d'utilisation de marchandises portant atteinte à des droits de propriété intellectuelle, mais aussi d'obtenir des précisions sur les types d'atteintes les plus courants, les points d'accès au marché et les facteurs qui pourraient limiter les comportements portant atteinte à ces droits.

5. Idéalement, l'enquête devrait prendre la forme d'une étude de suivi pour laquelle un travail de terrain est renouvelé périodiquement, par exemple tous les 12 mois, afin de surveiller l'évolution au cours du temps du taux de consommation de marchandises et de services portant atteinte à un droit de propriété intellectuelle, ainsi que des attitudes à leur égard.

6. Les résultats de l'enquête, qui constituent un ensemble de données quantitatives comparables, peuvent être utilisés à des fins de sensibilisation. En surveillant l'évolution des attitudes à l'égard des atteintes et des activités portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle, on peut mesurer l'efficacité des stratégies visant à promouvoir le respect de ces droits. Ces données peuvent être utilisées pour orienter l'attribution des ressources. Le modèle de questionnaire comporte une section facultative sur les campagnes médiatiques. En incluant cette section dans le questionnaire, il est aussi possible d'évaluer l'efficacité d'une campagne médiatique récemment menée sur un territoire donné.

7. Les résultats spécifiques de l'enquête dépendront des questions posées, mais quelques exemples des graphiques qui peuvent être établis figurent ci-après, illustrant des manières possibles de présenter les données obtenues dans le cadre d'une enquête menée grâce à l'Instrument.

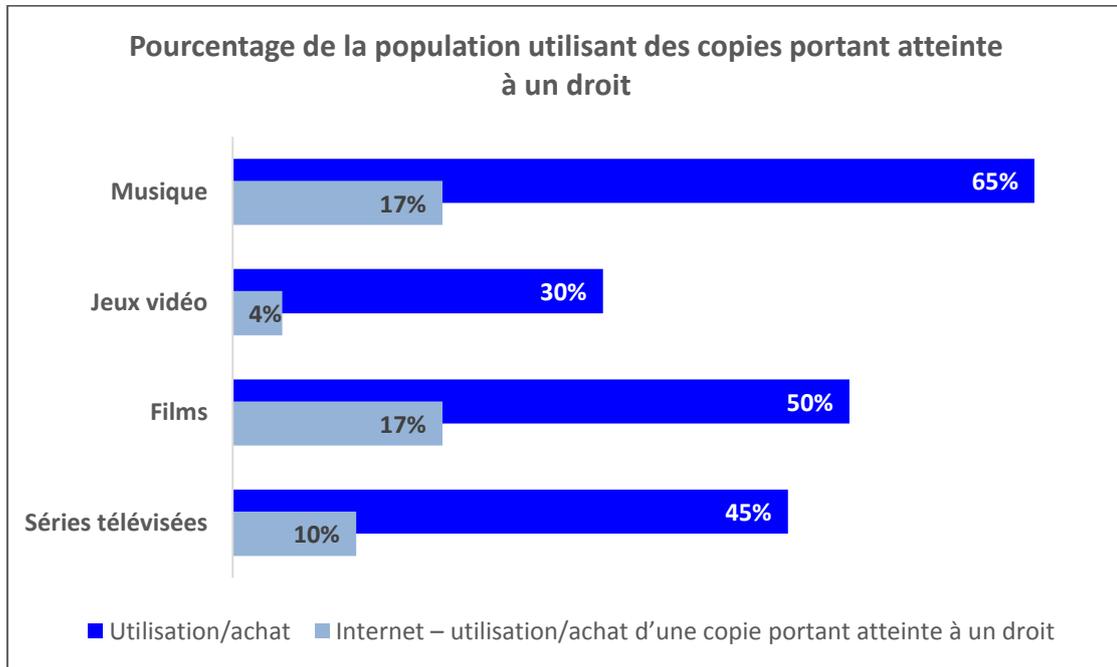


Figure 1 : Exemple de graphique indiquant les taux globaux de consommation de marchandises pirates (toutes sources confondues c. sources Internet)

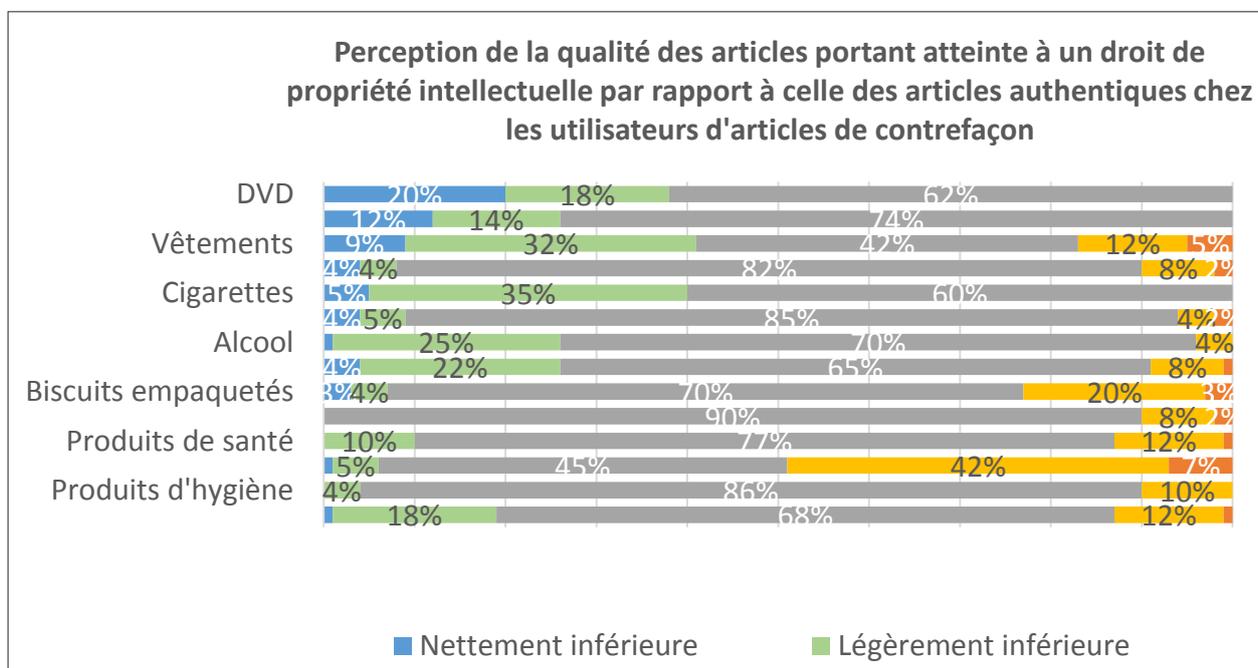


Figure 2 : Exemple de graphique indiquant la perception de la qualité des articles de contrefaçon par rapport à celle des marchandises authentiques

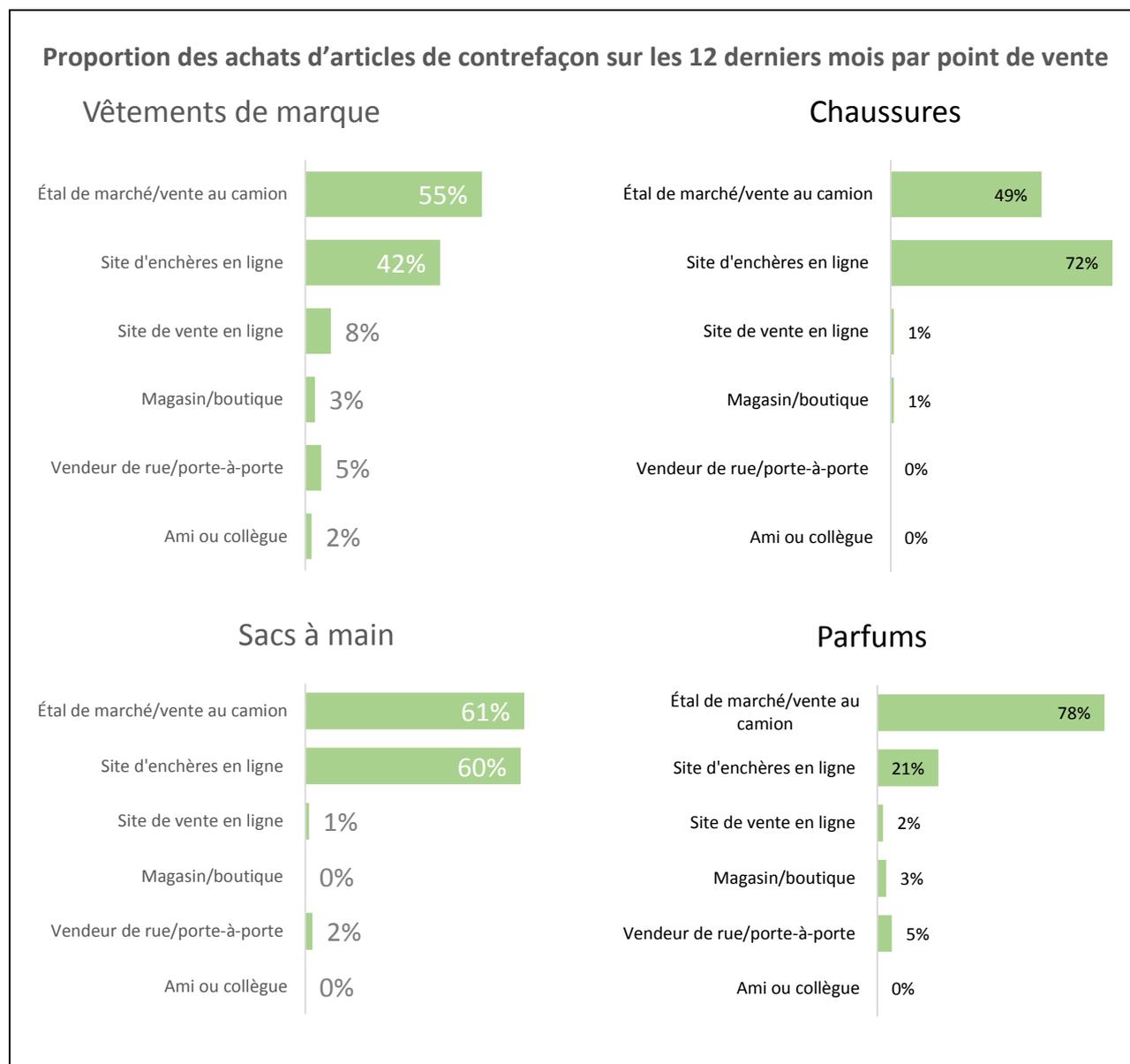


Figure 3 : Exemple de graphique indiquant les principaux points de vente d'articles de luxe de contrefaçon

### III. STRUCTURE DE L'INSTRUMENT

8. L'instrument relatif à la conduite d'enquêtes contient quatre modèles de questionnaires couvrant quatre types de marchandises pirates ou de contrefaçon :

- Produits numériques – musique, films, jeux vidéo, séries télévisées et livres;
- Produits de consommation – denrées alimentaires, boissons, cosmétiques, médicaments, objets ménagers;
- Produits et vêtements de luxe – sacs à main, vêtements de marques de couturiers;
- Livres et articles – livres destinés au grand public, livres audio, articles académiques et manuels.

Il existe également quatre documents supplémentaires applicables à chacun des quatre modèles de questionnaire principaux :

- Module sur les logiciels informatiques;
- Section pour l'évaluation des campagnes médiatiques;
- Section finale sur les données démographiques;
- Notes accompagnant les modèles de questionnaires.

9. Le premier de ces documents est un module supplémentaire concernant les comportements associés à des logiciels informatiques qui portent atteinte aux droits de propriété intellectuelle, et peut être ajouté à n'importe lequel des quatre questionnaires principaux. Le deuxième document donne la possibilité d'inclure dans les enquêtes des questions visant à mesurer l'efficacité de toute campagne médiatique récemment menée sur le marché étudié, et le troisième comporte des questions supplémentaires qui peuvent être ajoutées à la fin de n'importe quel modèle de questionnaire en vue d'obtenir des données démographiques.

10. Les notes accompagnant les modèles de questionnaires donnent des précisions sur ceux-ci, y compris des indications sur l'adaptation des questionnaires et une explication sur la manière dont les différentes sections des modèles se complètent pour permettre l'obtention de résultats fiables.

11. Cet Instrument vise à fournir tous les documents nécessaires pour mettre en place une enquête sur l'utilisation de marchandises et services portant atteinte à des droits de propriété intellectuelle. Il est prévu que l'Instrument soit téléchargeable au format Word sur la page pertinente du site Web de l'OMPI<sup>1</sup>, ce qui permettra aux utilisateurs de l'adapter à leurs objectifs particuliers. Il est supposé que les utilisateurs feront appel aux services d'une agence spécialisée pour gérer et mener à bien le travail de terrain proprement dit. Il est recommandé que la même agence soit également chargée de produire au moins une analyse initiale des données collectées.

#### **IV. CONCLUSION**

12. L'Instrument de l'OMPI relatif à la conduite d'enquêtes auprès des consommateurs sur le respect de la propriété intellectuelle a pour but de permettre la conception d'activités de sensibilisation des consommateurs et leur évaluation fondée sur des données statistiques fiables. Une comparaison des résultats obtenus dans le cadre de différentes enquêtes, qu'elles soient espacées dans le temps ou qu'elles portent sur des régions différentes, devrait fournir des éléments de contexte et d'analyse supplémentaires, ce qui facilitera l'élaboration de stratégies de sensibilisation des consommateurs reposant sur des données factuelles en vue de promouvoir le respect de la propriété intellectuelle.

[Fin du document]

---

<sup>1</sup> <http://www.wipo.int/enforcement/fr/awareness-raising/index.html>.