

LISTE DES ABREVIATIONS

ACTA	Anti-Counterfeiting Trade Agreement
BAP	Brigade Anti-piratage
CD	Compact Disc
CISAC	Confédération Internationale des Sociétés d'Auteurs et Compositeurs
DVD	Digital Video Dolby
EPIC	Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial
HD	Haute Définition
MP3	Motion Picture Experts Group, Audio Layer 3
MP4	Motion Picture Experts Group, Audio Layer 4
OMPI	Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle
SWOT	Strength Weakness Opportunity Threat
TV	Television
VCD	Video Compact Disc

LISTE DES TABLEAUX

Tableau n°1 : Distribution de cent cinquante (150) personnes	17
Tableau n°2 : Chronogramme des activités	22
Tableau n°3 : Mode de détermination du droit d'auteur	26
Tableau n°4 : Matrice SWOT de l'OMDA	27
Tableau n°5 : Pourcentage des consommateurs achetant et n'achetant pas de produits originaux	29
Tableau n°6 : Répartition de l'échantillon selon l'activité professionnelle et le produit	29
Tableau n°7 : Relation entre la raison d'achat et le produit	30
Tableau n°8 : Type d'œuvre acheté par les consommateurs	30
Tableau n°9 : Raison d'achat de produit pirate des consommateurs de produit original	31
Tableau n°10: Raison d'achat de produit original des consommateurs de produit pirate	31
Tableau n°11: Définition d'un « Artiste » selon le public	31

LISTE DES FIGURES

Figure n°1 : Gestion collective	24
Figure n°2 : Opinion sur le piratage	32
Figure n°3 : Evolution du piratage	33
Figure n°4 : La cause du piratage	33
Figure n°5 : L'impact du piratage	34
Figure n°6 : Connaissance de la B.A.P	34
Figure n°7 : Message reçu	35
Figure n°8 : Pyramide de Maslow	42

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE	1
PREMIERE PARTIE : MATERIELS ET METHODES	6
Chapitre 1. Présentation de la zone d'étude	6
Section 1 : Sites et justification d'études	6
Section 2. L'Office Malagasy du Droit d'Auteur (OMDA)	7
Chapitre 2. Les droits de propriété intellectuelle	9
Section 1. La Propriété Industrielle	9
Section 2. La Propriété Littéraire et Artistique	9
Section 3. Le droit d'auteur	9
Section 4. Le piratage	11
Chapitre 3. Méthodologie d'enquête	13
Section 1. Types de documentations	13
Section 2. Moyens de collecte de données	14
Section 3. Traitement des données obtenues	19
Section 4. Limite et chronogramme de l'étude	20
DEUXIEME PARTIE : RESULTATS	24
Chapitre 4. La gestion collective des droits d'auteurs	24
Section 1 : La gestion de l'OMDA	24
Section 2. La collecte de droit d'auteur	25
Section 3. La répartition de droit d'auteur	26
Chapitre 5. Résultats des études menées auprès de l'OMDA	27
Section 1. Résultat du diagnostic de l'Office Malagasy du Droit d'Auteur	27
Section 2. Résultat des entretiens auprès des auteurs, artistes et producteurs	27
Chapitre 6. Résultat de l'étude auprès des consommateurs	28
Section 1. Dépouillement de l'échantillon	28
Section 2 : Motivation des consommateurs	29
Section 3 : Attitude des consommateurs sur le piratage	32

TROISIEME PARTIE : DISCUSSION ET RECOMMANDATIONS	36
Chapitre 7. Interprétation des résultats obtenus	36
Section 1. Forces et Faiblesses de l'OMDA	36
Section 2. Opportunité et Menace de l'OMDA	38
Section 3. Interprétation des résultats des entretiens et des enquêtes sur terrain	39
Chapitre 8. Discussions concernant les obstacles à lutte contre le piratage	41
Section 1. Contrainte économique et social	41
Section 2. La disponibilité du produit	43
Section 3. La méconnaissance de valeur de l'œuvre	44
Section 4. Non-respect de la peine édictée par la loi	44
Chapitre 9. Recommandations	45
Section 1. Les actions à entreprendre au niveau de L'OMDA	45
Section 2. Rétablir un climat de confiance entre acteurs concernés	48
Section 3. Recommandations au niveau des producteurs	51
CONCLUSION GENERALE	53
BIBLIOGRAPHIE	I
LISTE DES ANNEXES	II

INTRODUCTION

La mondialisation¹, processus d'échange mondiale par l'unification des règles, valeurs et cultures, matérialisée par la libéralisation des échanges et le développement des accords commerciaux, contribue à l'arrivée des nouvelles technologies. Le revers de l'évolution technologique au niveau artistique se manifeste par l'apparition d'infrastructures mondiales et la multiplication des moyens de diffusion numérique. Nous assistons au développement de logiciel plus performant, l'avancée de l'industrie sonore et audiovisuelle par l'amélioration de la qualité des images en HD ou haute définition. Les supports traditionnels qu'étaient la cassette audio et la cassette vidéo, ont cédé la place aux compacts disques et autres disques numériques versatiles tant dans leur version audio que vidéo. Ces disques tels que les CD, VCD et DVD sont désignés communément sous un terme technique : supports mécaniques. Ces changements améliorent la vie de la communauté et permettent de véhiculer les images, les pièces musicales et toute sorte d'œuvres partout dans le monde. Dans le domaine culturel, l'apparition d'infrastructures mondiales et système de distribution numérique des œuvres multimédia provoquent le non respect du droit d'auteur.

Une telle situation nous conduit à choisir le thème du présent mémoire : « La gestion des droits de propriété intellectuelle et l'attitude face au piratage dans les industries du disque, du logiciel et du cinéma ».

Le thème parle d'un coté de l'art ou de la manière de planifier, d'organiser, de diriger et de contrôler les prérogatives qu'un auteur bénéficie du fait de sa création d'une œuvre intellectuelle ou de l'esprit et en second lieu, de l'ensemble des réactions face à sa reproduction illicite.

D'autres études ont déjà été menées à ce sujet aussi bien au niveau international que national, notamment sur l'évolution des législations en vigueur en matière de droit de propriété intellectuelle. Le fruit de ces travaux ont permis d'approfondir cette étude. Toutefois, la propriété intellectuelle est composée de deux volets : la propriété industrielle et la propriété littéraire et artistique. Cette étude se limitera à la propriété littéraire et artistique du fait que les œuvres en question sont victimes de reproduction illicite.

Pour être compétitif sur le marché et vis-à-vis de la concurrence ainsi pour répondre aux attentes des clients, l'entreprise se doit d'utiliser des logiciels raffinés. Cependant, l'utilisation de logiciel ne se limite plus seulement aux entreprises mais aussi aux particuliers.

¹ Site perspective monde.html article sur la mondialisation, du 17 février 2012

Les produits de l'industrie cinématique, tels que les films, et ceux de l'industrie musicale comme les clips agissent également sur l'ensemble de la société grâce à leur caractère éducatif, informationnel mais surtout culturel, qui peuvent influencer les agissements d'une communauté. A l'instar des entreprises, le public est attentif aux nouvelles technologies. De nos jours, il est tout à fait possible d'écouter de la musique, de regarder un film ou d'effectuer des applications à l'aide de nouveaux moyens tels que les téléphones mobiles, les lecteurs MP3, MP4 et iPod. Nous tenons à signaler que ces supports favorisent la distribution de ces œuvres.

Consciente de la nécessité de protéger la propriété intellectuelle, l'Organisation des Nations Unies a mis en place l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle² sous le sigle OMPI. Elle a été créée en 1967, chargée de s'occuper des problèmes liés à la propriété intellectuelle. Elle regroupe entre autre 185 pays membres. Son siège se situe à Genève, Suisse. De nombreuses conventions ont été conclues au sein de cette Organisation. La plus importante fut la Convention de Berne pour la propriété littéraire et artistique en 1886. Son activité se focalise sur le développement du droit d'auteur et le renforcement des législations et des systèmes en vigueur.

D'ailleurs, pour voir l'ampleur de cette nécessité, un traité international dénommé le traité ACTA ou « Anti-Counterfeiting Trade Agreement » ou Accord commercial anti contrefaçon a été conclu récemment. De nombreux pays développés (Etats Unis, Maroc, Corée du Sud, Mexique, Japon,..) se sont réunis le 26 janvier 2012 à Tokyo concernant les droits de propriété intellectuelle. Cet accord a été signé indépendamment de ceux qui ont déjà été adoptés dans le cadre de l'OMPI. Les infractions sur le droit d'auteur sur internet figurent parmi son champ d'action.

Nous tenons à préciser que tout au long de la recherche, l'Office Malagasy du Droit d'Auteur (OMDA) sera cité à titre d'exemple. Ce choix a été motivé par des raisons bien précises : c'est la seule société à Madagascar qui travaille dans la promotion et la protection du développement artistique et culturel. A cet effet, la majeure partie de ses membres sont des auteurs d'œuvres musicales et cinématographiques.

Face au développement des techniques de reproduction et de diffusion, le droit est un instrument nécessaire pour règlementer l'existence de la propriété intellectuelle par le biais de texte législatif. En dépit de la présence de la loi, l'économie de la production audiovisuelle est actuellement victime du « piratage ». Ce dernier se présente comme un acte à but lucratif par lequel une personne reproduit frauduleusement et volontairement une œuvre littéraire et artistique dont il n'est pas l'auteur.

² Site web de l'OMPI, du 20 Avril 2012

A Madagascar, le marché de la piraterie constitue d'ores et déjà un marché considérable. Les vendeurs de disques pirates sont de plus en plus nombreux. Les recettes obtenues dans la production, la distribution et de l'exploitation des œuvres malgaches diminuent à cause du développement de ce marché. Le piratage prend diverses formes comme le téléchargement illégal sur des sites internet qui est le réseau télématique international, permettant l'échange et la diffusion rapide et à distance de l'information. En plus, il se présente aussi sous forme de commercialisation ou de distribution illicites des disques piratés par des vendeurs, partout dans toute l'Ile. Certains films se trouvent déjà sur le marché illégalement peu après leur sortie en salle de cinéma ou avant la sortie officielle des disques originaux. A titre illustratif, la série « Ditra Manadala³ » diffusée sur la chaîne de télévision nationale qui en a été récemment victime. De même, les logiciels sont de nos jours, disponibles en version piratée peu après leur sortie à l'étranger malgré leur système de protection et de cryptage.

La musique, les films ainsi que les logiciels sont parmi les produits les plus piratés au monde. Cette situation fait l'objet de préoccupation des organismes protégeant le droit d'auteur. A Madagascar, 70% des produits de l'industrie du disque sur le marché sont tous des produits piratés⁴. Le piratage est devenu non seulement le souci des auteurs ou des maisons de production mais il touche également un grand nombre de public qui aiment les produits originaux.

Le thème étant centré sur l'audiovisuel, une question peut alors se poser : « Comment préserver les œuvres littéraires et artistiques de la reproduction illicite ? ». Autrement dit, par quels moyens parvient-on à maîtriser efficacement le piratage du fait du danger culturel qu'il comporte pour le pays. Il ne faut pas oublier, les intérêts des créateurs et leurs partenaires, voire même pour l'économie et l'emploi des personnes qui travaillent dans ce secteur.

La question évoquée auparavant nous conduit à formuler l'objectif principal de cette recherche. A cet effet, le but sera de contribuer à l'éradication du piratage à Madagascar. En outre, les objectifs spécifiques consistent, d'une part, à connaître la loi régissant la propriété littéraire et artistique, autrement dit son cadre juridique, et d'autre part à étaler les réalités sur le piratage dans notre pays afin d'apporter des solutions et pour pouvoir se défendre du marché de la piraterie.

L'ensemble de ces objectifs, la problématique posée nous permet de vérifier les hypothèses suivantes : d'abord, le pouvoir d'achat et le prix sont des facteurs clés qui influencent la décision d'achat. A cet effet, l'éventualité d'une réduction du coût de l'œuvre originale pourrait peut être bénéfique pour les auteurs dans une optique de lutte contre le piratage.

³ Journal de vingt heures sur la chaîne TV Plus Madagascar, le 1^{er} Septembre 2012

⁴ Cérémonie de présentation de vœux présidentiels au palais d'état d'Iavoloha (Jaojoby Eusèbe), 16 janvier 2012

Cette nouvelle pratique commerciale augmentera les ventes et attirera d'autres consommateurs pour se procurer de produits originaux. Ensuite, une autre hypothèse que nous allons vérifier durant cette étude est qu'une lutte efficace contre le piratage dépend de l'application de la législation en vigueur. Cela passe d'abord par une collaboration étroite entre les divers acteurs concernés. Ensuite, par la prise de sanctions à l'encontre des contrefacteurs. Ainsi, il nous est utile de faire des recherches afin de prouver si ces hypothèses sont valables ou non.

De cette recherche découlent les résultats escomptés suivants : primo, c'est une occasion pour la mise en pratique de toutes les théories acquises pendant nos études universitaires et surtout à l'initiation dans le monde professionnel à travers le stage à l'OMDA. Secundo, la mise en lumière des points qui peuvent être ambigus sur le piratage et sur le fait que ce phénomène porte atteinte au droit d'auteur, sur l'avenir culturel. Enfin, il s'agit de la conscientisation et la sensibilisation du public sur les méfaits du piratage.

Pour mieux arranger les différentes idées trouvées au cours de la recherche et pour faciliter la compréhension de l'ouvrage, nous allons le structurer en trois parties. Cependant, ces parties sont interdépendantes et chacune d'entre elle reflètent l'objectif visé.

Ces trois parties constituent la méthodologie permettant d'aboutir à des résultats qui constitueront la deuxième partie. La dernière partie sera consacrée à apporter quelques discussions et recommandations sur ces résultats.

Ainsi, dans la première partie, le travail décrira les matériels, ceux sur quoi nous avons travaillé et les méthodes d'exploitation de ce matériel comportant les lieux d'études dont l'OMDA, les sites internet, les ouvrages consultés et les textes de loi pour la collecte de données primaires et secondaires; c'est la partie théorique et descriptive du mémoire. Notre méthode est axée sur la recherche qualitative et quantitative par des enquêtes et des entretiens.

Une étude s'avère donc nécessaire auprès du public, des auteurs et au niveau de l'OMDA pour constater l'étendue actuelle du piratage à Madagascar. Les modes d'échantillonnage de la population seront évoqués avec les limites de l'étude menée.

Dans la deuxième partie, il est bon de présenter tout d'abord les résultats du diagnostic de l'OMDA sur la gestion des droits d'auteur, puis ceux des études menées auprès des consommateurs sur leur point de vue sur le piratage ; et enfin, les résultats des entretiens avec les artistes et maisons de production sur leur opinions et les actions qu'ils ont déjà entreprises pour y lutter. Nous n'effectuerons qu'une énumération dans cette partie mais ils ne feront pas l'objet d'analyse.

Après avoir vu les résultats, nous arrivons à la dernière partie du devoir, celle-ci montre les discussions et recommandations. C'est la partie vitale du devoir car c'est à travers de ces discussions que nous pouvons déjà savoir si les hypothèses émises ont été acceptés ou rejetés. Chaque partie serait introduite par quelques phrases introductives.

La discussion se fera sur les résultats obtenus lors de l'enquête en prenant le diagnostic SWOT pour le traitement et l'analyse de ceux – ci afin de pouvoir établir une liaison avec les hypothèses qui ont été suggérées. C'est à ce niveau qu'on voit les interprétations de ces résultats, la relation qui existe entre les différents variables dans le questionnaire Pour terminer, des suggestions seront émises afin de lutter contre ce fléau qu'est le piratage. La recommandation se fera sur la base des discussions émises.

A la fin cet ouvrage, une conclusion générale résume les différents points essentiels de la recherche. C'est dans cette conclusion également que nous apportons la réponse de la question posée dans la problématique.

PREMIERE PARTIE : MATERIELS ET METHODES

Après avoir défini la problématique, formulé les objectifs, et transformé ceux-ci en hypothèses, nous sommes en mesure d'identifier les informations à collecter. La réalisation de l'étude annoncée dans l'introduction a requis l'utilisation de divers outils.

Les pages suivantes décrivent les différentes étapes et processus qui ont permis à effectuer cette recherche ainsi que les méthodes d'analyses utilisées ayant conduit à la mise en évidence des résultats de cette étude. En passant par la description des concepts sur les droits de propriété intellectuelle et la présentation de l'entreprise visitée lors de l'étude ainsi que les individus sélectionnés. Enfin, seront présentées les limites de cette étude.

Chapitre 1. Présentation de la zone d'étude

Le monde numérique est composé de plusieurs acteurs dont l'auteur, le producteur, l'Etat, etc. Afin de mieux comprendre la gestion des droits de propriété intellectuelle, il est nécessaire de déterminer notre terrain d'étude.

Section 1 : Sites et justification d'études

Cette section décrit le lieu d'étude et la raison du choix de ce dernier ainsi que sa délimitation géographique.

1.1. Sites d'études

Madagascar, avec une position géographique favorable, ses infrastructures économiques, et une population à plus de vingt (20) millions d'habitants, constitue un important marché de consommation des œuvres fixées sur supports mécaniques. Sur le plan national et mondial, les œuvres audiovisuelles constituent l'une des catégories de produits les plus piratés. Il s'est avéré important à travers notre étude, d'en cerner les contours et d'en maîtriser le mécanisme au plan local afin d'y apporter les réponses appropriées face à la percée de ce phénomène. Cette étude répond au souci d'attirer à nouveau l'attention des pouvoirs publics (Ministère de la Justice - Ministère du Commerce - Ministère de l'Industrie - Ministère de la Culture et du Patrimoine) sur les malversations qui ont cours dans le domaine de la fabrication et de la commercialisation des œuvres musicales et cinématographiques.

Nous avons décidé d'aborder ici l'audiovisuel parce que les précédents travaux de recherche n'avaient pour objet d'étude que les œuvres musicales uniquement (sur support cassettes audio). Or, cette contrefaçon dépasse aujourd'hui le cadre musical et s'est étendue au cadre cinématographique. Ses conséquences socio-économiques sont à observer au niveau des pertes fiscales pour l'Etat, des pertes d'emploi pour les professionnels de l'industrie du divertissement et, à la fois, sur le vécu et le rendement des artistes.

1.2. Justification

Pour des raisons d'ordre économique et temporel, ce travail s'est circonscrit dans la ville d'Antananarivo. Le choix est fixé dans cette zone car elle représente toutes les diversités ethniques du pays et rassemble un nombre considérable de population. L'essentiel des activités économiques y est concentré également. Nous avons également effectué une enquête auprès de personnes qualifiées, à savoir, le personnel de l'OMDA, les artistes-auteurs et producteurs ainsi que le public. Cela a été dans le but de constater la situation réelle sur le piratage ou la duplication non autorisée d'une œuvre. En effet, le piratage n'est pas seulement le souci de l'auteur ni de l'OMDA mais de tout le monde. En ce qui concerne l'enquête au niveau du public, elle a été menée dans divers endroits ; précisément au bureau, au marché, dans les écoles, à l'université, ... de la capitale.

Section 2. L'Office Malagasy du Droit d'Auteur (OMDA)

L'exploitation d'une œuvre par un nombre croissant d'utilisateurs rend difficile, voire impossible aux ayants droits de contrôler l'utilisation de leurs œuvres et de négocier avec les utilisateurs. Sur ce, une gestion s'impose pour servir de représentant entre les ayants droits et les utilisateurs de leurs œuvres.

2.1. Historique

La société d'auteur, OMDA a été créée, par décret n° 84- 389 du 13 Novembre 1984 en application de la loi n° 57-298 du 11 Mars 1957. Il est placé sous la tutelle technique et administrative du Ministère de la Culture et sous tutelle financière du Ministère des Finances. Son siège social se trouve au lot II F 62, Rue Fredy Rajaofera Antaninandro-Antananarivo 101, dont le numéro d'identification statistique est le 54 53 47. Son numéro de téléphone est de 261 20 22 308 53 ou 261 20 22 610 19. L'adresse mail de l'office est : omda@moov.mg et son site Web est « www.omda.mg ».

Par la suite, l'Office créé par décret n° 84-389 du 13 Novembre 1984 comme nous l'avons souligné auparavant, est actuellement régi par la Loi n°94-036 du 18 Septembre 1995 portant sur la Propriété Littéraire et Artistique suivie par deux Décrets d'application : le Décret n° 98-434 du 16 juin 1998 portant statut et fonctionnement de l'OMDA et le Décret n° 98-435 du 16 juin 1998 portant règlement général de perception des droits d'auteurs et des droits voisins. Depuis le 07 juillet 1998, l'OMDA est devenu un Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial (EPIC).

2.2. Missions

Sa mission principale est de donner une autorisation aux utilisateurs des œuvres littéraires et artistiques de percevoir les droits d'auteur auprès de ces derniers afin de les répartir aux auteurs concernés. L'office a aussi la fonction d'assurer la protection et la sauvegarde ainsi que la gestion des droits patrimoniaux des auteurs. Ses objectifs consistent à améliorer la qualité de service de l'OMDA et à inculquer la culture du droit d'auteur à la société.

2.3. Activités

De ce fait, il reçoit les demandes d'utilisation du répertoire par les organismes de radiodiffusion, organisateurs de concert ou toute personne respectueuse de la législation qui souhaitent diffuser publiquement des œuvres littéraires et artistiques. L'autorisation se conclut par des contrats de nature différente (production audiovisuelle, exécution publique,...).

2.4. Actions entreprises

Depuis l'apparition du piratage à Madagascar, l'OMDA a fait plusieurs actions. En premier lieu, de 2004 à 2007, on a distribué des textes de loi dans les tribunaux et organisé de séances de rencontre entre les juges et les artistes. Ensuite, de 2009 à 2010 : des saisies des produits contrefaits et matériels de duplication ont été entreprises. Ce n'est qu'en 2010 que l'Etat a adopté l'utilisation de la vignette hologramme. Celui-ci est un dispositif anti-piraterie, optique en trois dimensions placé sur l'emballage ou directement sur le disque, comportant un numéro distinct ainsi que le logo de l'OMDA. Son prix symbolique incombe au producteur : Soixante dix (70) Ariary si c'est moins de deux mille (2000) supports ; Soixante (60) Ariary si c'est plus de deux mille supports et Cinquante (50) Ariary si c'est plus de 5000 supports, en unité.

L'apposition d'un hologramme se fait manuellement. Elle présente des avantages aux services de répression comme aux consommateurs, pour la détection, un outil d'identification efficace des produits illicites.

L'OMDA, de son côté, peut obtenir les statistiques des produits licites et disposer d'un mécanisme de règlement des litiges. Par son adoption, on adhère aux normes internationales pour créer un environnement favorable aux investissements étrangers et une meilleure image du pays. C'est aussi un moyen de motivation des producteurs et artistes à investir davantage dans l'industrie culturelle.

Nous venons de voir la présentation des sites d'études auxquelles nous avons effectué les recherches. Passons maintenant sur les théories concernant les droits de propriété intellectuelle.

Chapitre 2. Les droits de propriété intellectuelle

La gestion de ces droits ne peut être abordée sans savoir les notions fondamentales. Cela passe par la définition de ses composants pour mieux cerner notre thème. Une œuvre de l'esprit est un bien incorporel. Ce dernier suppose, après sa fixation sur support, l'existence d'un propriétaire qui bénéficie d'un droit de propriété intellectuelle.

Section 1. La Propriété Industrielle

La propriété industrielle englobe entre autres les brevets, les marques de fabrique ou de commerce, les dessins et modèles industriels et les brevets d'invention. Elles ont chacune, une durée de protection déterminée.

Concernant les marques, ce sont des signes distinctifs servant à identifier les produits ou services d'une entreprise ou la désignation commerciale d'une entreprise. Les dessins et modèles⁵ sont la représentation à l'aide de traits de la forme, de la décoration ou du motif original d'un article fabriqué. En particulier, c'est l'aspect extérieur du produit qui importe et son utilité. Les brevets d'invention sont des titres d'exploitation exclusive, remis par une autorité publique à un titulaire de droit sur une invention.

Section 2. La Propriété Littéraire et Artistique

Cette classification est l'élément fondamental sur lequel repose cette recherche. La loi a organisé un régime de protection particulier pour les œuvres littéraires et artistiques (œuvre d'art, œuvre littéraire, œuvre musicale). La notion de droit d'auteur et droits voisins a été reconnue au cœur de cette propriété.

⁵ Microsoft® Encarta® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation. Tous droits réservés.

Section 3. Le droit d'auteur

Cette section parle tous ce qui entoure le domaine juridique de l'auteur à savoir le droit d'auteur, la protection des œuvres créés, ainsi que les droits voisins à ceux de l'auteur.

3.1. L'auteur

Celui qui est à l'origine d'une œuvre intellectuelle. La loi le définit comme « la personne physique qui a créé l'œuvre ». L'œuvre est le bien de l'auteur, sa création. Elle reste seulement une idée tant qu'elle n'est pas réalisée. Pour ce faire, on le fixe sur un disque (CD, VCD, DVD), support de stockage des enregistrements sonores ou audiovisuels que l'on peut visionner.

Par ce fait, l'œuvre entre dans le secteur industriel de la production de disque pour être commercialisée sur le marché et diffusée au public. Elle peut être considérée comme un bien économique qui, tout en ayant une valeur non marchande liée à sa reconnaissance en tant qu'œuvre artistique créée par un auteur, a aussi une valeur marchande liée aux coûts de production et de distribution.

3.2. Les œuvres protégées

D'après la loi n° 94-036, chapitre II, article 5 : « sont considérées notamment comme œuvres de l'esprit et sont protégées, toutes les œuvres de l'esprit malgaches et étrangères utilisées sur le territoire malgache, à savoir une œuvre musicale, une œuvre littéraire, une œuvre dramatique, une œuvre figurative (dessin, photo, peinture, tableau,...), une œuvre audiovisuelle ainsi que le logiciel ».

3.3. Qu'est ce que le Droit d'Auteur ?

Selon la loi sur la propriété littéraire et artistique dans son article premier, le droit d'auteur « naît du seul fait de la création d'une œuvre, un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous⁶ ». Ainsi, le droit d'auteur protège l'expression d'une conception.

Le droit d'auteur est une sorte de rémunération de l'auteur afin de les motiver à développer leur talent en contrepartie de l'utilisation de ces derniers. En matière de création littéraire et artistique, le créateur bénéficie des attributs d'ordre moral mais aussi patrimonial.

⁶ Loi 94-036 portant sur la propriété littéraire et artistique

3.3.1. Les droits patrimoniaux

Les attributs d'ordre patrimonial protègent les intérêts pécuniaires de l'auteur. Ce sont des droits d'exploitation appartenant à l'auteur dont les droits de représentation, la communication au public, les droits de reproduction par la fabrication d'un ou plusieurs exemplaires de l'œuvre ainsi que le droit de distribution par la vente ou la location.

Ce sont des droits cessibles, par l'intermédiaire d'un contrat. Cependant, ils ont des limites d'utilisation comme la copie privée et les parodies dans le but de faire rire,...

Les droits patrimoniaux constituent les vraies recettes des auteurs. Rappelons que lors de l'exploitation d'un œuvre, les usagers c'est-à-dire les maisons de production, les organisateurs de spectacles ainsi que les mass-médias ou tout autre individu qui diffuse publiquement une œuvre protégé doivent verser en contre partie des rémunérations pour l'auteur.

3.3.2. Les droits moraux

Les attributs d'ordre moral ou droits moraux se rattachent à la personnalité de l'auteur. Il existe trois types de droits moraux qui sont le droit à la paternité de l'œuvre, le droit de rester anonyme ou d'utiliser un pseudonyme et enfin le droit de s'opposer à toute déformation, mutilation ou autre modification de l'œuvre ou tout autre atteinte à la même œuvre qui seraient préjudiciables à l'honneur ou à la réputation de l'auteur. Prenons quelques exemples sur ces droits.

Pour les droits de paternité : lors des interprétations musicales dans les émissions télévisées, le nom de l'auteur doit être mentionné pour respecter l'identité de l'œuvre. Ainsi, la traduction d'une chanson malagasy en français ou la déformation d'une musique « slow » en « rock » nécessite une autorisation préalable de l'auteur sinon celui peut poursuivre en justice.

Ce sont des droits perpétuel, inaliénable, imprescriptible, transmissible aux héritiers en cas de décès.

3.4. Les droits voisins

Les droits voisins du droit d'auteur, connus aussi sous le nom de droits connexes, des artistes interprètes et des productions de phonogrammes et de vidéogrammes sont caractérisés comme accessoires au droit d'auteur. Jusqu'à présent, l'OMDA ne s'occupe que des droits d'auteur.

Section 4. Le piratage

Cette section expliquera ce qu'on entend par piratage selon divers de point de vu comme la délimitation selon la loi existant à Madagascar, les différentes définitions courantes issues des documentations. De plus, la violation des droits d'auteur est sanctionnée par des peines et amendements prévus par la loi. Ainsi, nous trouverons également dans cette section ces différentes sanctions.

4.1. Définition

La loi n°94-036 portant sur la propriété littéraire et artistique définit en son article 143 la contrefaçon comme suit « Toute reproduction, représentation et diffusion par quelques moyens que ce soit d'une œuvre de l'esprit en violation des droits de l'auteur, tels qu'ils sont définis et réglementés par la loi . Toute édition d'écrits, de composition musicale, de dessin, de peinture ou de toute autre production imprimée ou gravée en entier ou en partie et toute autre production relevant des droits voisins comme les vidéogrammes et phonogrammes au mépris des lois et règlements relatifs à la propriété des auteurs, aux titulaires des droits voisins ».

En matière audiovisuelle, le « piratage » est un terme commun pour désigner la contrefaçon. Ce dernier se traduit par la reproduction frauduleuse, en masse et à des fins commerciales d'une œuvre sans l'autorisation du titulaire de droit. Il porte atteinte au droit de reproduction, de communication de public et aux droits moraux. En d'autre terme, c'est la mise sur le marché d'un produit illégal.

4.2. Sanctions pénales

Le piratage est un délit puni par la loi, sous peine d'amende et d'emprisonnement. « La contrefaçon sur le territoire Malagasy, d'ouvrages et d'objets protégés par les droits voisins publiés à Madagascar ou à l'étranger, est punie d'une amende de 20.000 ARIARY à 2.000.000 ARIARY et/ou d'un emprisonnement de six mois (6) à cinq (5) ans⁷ ». En cas de récidive, la peine est portée au double.

⁷ Article 143 de la loi n° 94-036 portant sur la propriété littéraire et artistique

Chapitre 3. Méthodologie d'enquête

Après avoir donné la notion nécessaire sur la propriété intellectuelle, plus précisément, le droit d'auteur, il est convenable d'identifier les informations à collecter. Pour obtenir des informations concernant notre thème, il faudra obtenir des informations sous forme d'interrogation écrite par l'utilisation de questionnaire et la consultation de divers documents.

Section1. Types de documentations

Dans l'optique de recueillir des données et des informations qui se rapportent sur l'objet de cette étude, on a consulté diverses sources documentaires telles que les articles de journaux, les revues, les livres sur les droits d'auteur, les ouvrages académiques ainsi que les documents administratifs et surtout les informations tirées sur les sites internet de l'OMDA, de l'OMPI,.... Les documents juridiques comprennent les textes de loi dont la Loi n° 94-036 du 18 Septembre 1995 portant sur la propriété littéraire et artistique qui régit le droit d'auteur, l'arrêté inter-ministériel n° 12 226 sur la lutte anti-contrefaçon des œuvres littéraires et artistiques du 18 juillet 2006, l'arrêté inter-ministériel n°31-074 sur l'apposition de vignette hologramme en 2010.

1.1. Données primaires

Ces éléments regroupent les renseignements qui ont été utiles pour le besoin de cette recherche. La collecte de données primaires s'est faite par des entretiens auprès de personnes ressources et l'observation directe participante. Ces entretiens réalisés auprès d'entreprises spécifiques œuvrant dans le domaine de la propriété littéraire et artistique ont été nécessaires dans le but de « connaître la gestion des droits d'auteur à Madagascar ». Cela a été accompagné d'un stage de trois mois au sein de l'OMDA. D'autres entretiens ont eu lieu au sein même de cette entité auprès des auteurs (artistes et maisons de production) afin de connaître leurs opinions sur le piratage à Madagascar. Nous avons également effectué une enquête auprès d'un échantillon de consommateurs pour atteindre le second et dernier objectif, « étudier le comportement des usagers ».

1.2. Données secondaires

Elles sont regroupées par l'ensemble des sources documentaires. Elles ont été formées des données collectées par d'autres personnes ou entités ou encore des données recueillies lors

d'études ou de recherche comme les rapports d'activités, mémoire, thèse, ou statistique officielle. Généralement, leur présentation est sous forme synthétique, avec ou sans analyse et interprétation.

La consultation fréquente de site web internet et l'utilisation du moteur de recherche « Google » pour l'enrichissement de documentation a été très bénéfique pour la bonne conduite de ce travail. De même, elles concernent les données obtenues après le traitement et l'analyse des données brutes, réponses et caractéristiques de chaque sujet interviewé. Ce dernier facilite la recherche. La consultation de ces documents représente une opportunité pour mener à bien des comparaisons longitudinales d'une situation antérieure par rapport à la situation actuelle. Ces investigations ont également permis de structurer notre problématique de recherche.

Section 2. Moyens de collecte de données

Pour parvenir à la vérification des hypothèses, il convenait d'effectuer les travaux préparatoires nécessaires pour la population à étudier et des zones sélectionnées pour le déroulement de l'enquête. La méthodologie inclut un ensemble coordonné de techniques en vue d'atteindre l'objectif énoncé au début de cette recherche. Il existe plusieurs démarches pour le recueil d'informations. On a choisi l'entretien auprès d'un échantillon de personnes qualifiées, que ce soit libre, directif ou semi-directif. Un autre genre, l'enquête par questionnaire ou l'entretien standardisé auprès d'une population définie au préalable, permettant la quantification d

2.1. L'enquête sur terrain à partir d'un questionnaire

Le questionnaire présenté en annexe est l'élément sur lequel s'est focalisée cette recherche pour confronter à la réalité l'hypothèse sur l'attitude face au piratage. Selon Assael (1987), l'attitude est « l'évaluation par le consommateur de la capacité de différentes marques ou produits à satisfaire ses besoins ». Elle devient donc visible de deux façons : soit elle se traduit par un comportement, soit elle est volontairement exprimée par le sujet. Ainsi, c'est en mesurant certaines attitudes par le questionnement qu'on peut prédire un comportement d'achat ou de rejet, de fidélité ou d'abandon, même si d'autres critères existent.

C'est un outil qu'on utilise pour faire surgir une information précise et la transformer en données statistiquement utilisables. L'objectif de l'enquête consiste en l'identification et la qualification des opinions du public sur le piratage. La langue employée est le « Malagasy » en vue d'une bonne compréhension des questions adressées aux interviewés. Lors de la rédaction, diverses sortes de questions ont été utilisées comme la question fermée, la question à choix multiple ou à échelle et la question ouverte tout en étant simple, courte et précise.

Pour les questions fermées qui sont au nombre de quatre (4), il s'agit de la question à choix binaire où les seules réponses possibles sont OUI ou NON. De même pour les onze (11) questions à choix multiples ou « cafétéria » qui prévoit une case « Autre » à part les réponses prédéfinies et la question à échelle d'évaluation avec des modalités de réponse (en baisse/ stable/en hausse). La question ouverte permet à la personne de s'exprimer librement.

Pour la plupart, ce sont toutes des questions de type qualitatif qui contiennent des propositions afin que l'enquêté puisse choisir. Nous avons également utilisé des renvois pour les questions nécessitant plus d'explication. Il comporte en plus, des questions d'opinion et de comportement. Des consignes ont été insérées en bas de chaque question pour faciliter le remplissage du questionnaire par les enquêteurs.

2.1.1. L'échantillonnage

L'échantillonnage permet de mener une étude sur un échantillon de taille restreinte et d'obtenir des résultats que l'on peut extrapoler à l'ensemble d'une population mère. Nous avons adopté l'échantillonnage non probabiliste auquel on a tiré un échantillon des consommateurs d'œuvres artistiques.

La population de référence étant la plus vaste possible, puisqu'elle aurait pu être définie par tous les individus, consommateurs de supports mécaniques des produits de l'industrie audiovisuelle. Son accessibilité n'a donc pas posé de problème. La difficulté résidait plus particulièrement dans la qualité de l'échantillon, c'est à dire sa représentativité.

Des entrevues avec divers groupes de personnes ont été établies en fonction du secteur géographique, de l'âge, du sexe ou d'autres caractéristiques tout en respectant le quota. L'échantillon total est constitué de cent cinquante (150) individus.

Glaser et Strauss (1967) ont pris soin d'expliquer leur vision du processus d'échantillonnage en clarifiant la notion d'échantillonnage théorique. Il s'agit du « processus de collecte de données en vue de la formulation d'une théorie grâce auquel le chercheur mène simultanément les opérations de collecte, de codification et d'analyse dans le but de décider de l'orientation à donner à la collecte des données pour guider la formulation de la théorie émergente » (traduction libre, page 45).

2.1.2 Méthode des Quotas

Rappelons qu'il existe deux méthodes pour constituer un échantillon : d'abord la méthode probabiliste et ensuite la méthode non probabiliste. Les échantillons probabilistes ou aléatoires sont constitués par tirage au sort dans la population mère pour laquelle on dispose de la liste complète de toutes les unités de sondage qui la composent à savoir par exemple l'individu, les familles, les entreprises. On distingue quatre (4) techniques : l'échantillonnage aléatoire simple, l'échantillonnage aléatoire systématique, l'échantillonnage stratifié et l'échantillonnage en grappes et à plusieurs degrés.

La méthode d'échantillonnage non-probabiliste est utilisée lorsqu'il n'est pas possible de constituer une liste exhaustive de toutes les unités du sondage. Dans ce dernier, on attribue un certain quota à chaque sous – population étudiée.⁸ Dans le présent ouvrage, les échantillons sont pris par la méthode non probabiliste.

Trois (3) critères ont été retenus pour l'échantillon et chaque critère est respecté indépendamment des autres lors de l'administration du questionnaire.

Le premier est la classe d'âge, de quinze à cinquante cinq ans et plus, individus à l'âge économiquement actif. Ces sujets sont susceptibles de s'intéresser et en mesure d'acheter les supports musicaux, de logiciels et de produits cinématographiques et de les acheter. Le second critère est la catégorie socioprofessionnelle dont les cadres (professeur, ingénieur, médecin, comptable,...) ; employé (de bureau ou de commerce); travailleur libre (du secteur formel ou informel) ; étudiant (lycéen, universitaire) et inactif (sans emploi, retraité).

Le dernier critère requis concerne les zones de l'enquête qui doit avoir une dispersion géographique, notamment dans tous les « fokontany » de la capitale, que ce soit en plein ville ou dans les périphéries. Le tableau suivant nous montre la répartition des quotas pour ces différents critères.

⁸ Cours de Méthodologie, 4^{ème} Année, AU : 2010 – 2011, Département Gestion

Tableau n°1 : Distribution de cent cinquante (150) personnes

CRITERES D'ECHANTILLONAGE	SOUS – CRITERES	QUOTAS
SEXE	Masculin	10
	Féminin	10
AGE	de 15 à 25 ans	10
	26 à 34 ans	10
	35 à 44 ans	10
	45 à 55 ans	10
	+ 55 ans	10
CSP	Cadre	10
	Travailleur libre	10
	Employé Administratif	10
	Etudiant	10
	Ouvrier	10
	Inactif	10
Lieu d'enquête	Centre ville	10
	Périphérie	10
TOTAL		150

Source: Auteur (2012)

2.1.2.1. Pré-enquête

Avant de procéder à l'enquête proprement dite, nous avons mené une pré-enquête auprès d'un échantillon de vingt individus ayant les mêmes caractéristiques que la population que nous avons prédéfinie. Elle fait partie des phases de recherche.

Son but a été d'ajuster le questionnaire pour que les individus qui seront enquêtés selon la distribution des quotas puissent avoir une bonne compréhension des questions. Il existe de nombreuses interrogations qu'on peut poser sur le piratage mais la pré-enquête permet de circonscrire l'étude sur ce qui nous intéresse.

2.1.2.2. Mode d'administration du questionnaire

L'enquête est faite suivant le respect des critères d'échantillonnage, après la pré-enquête. Elle s'est déroulée à domicile, dans la rue, ou dans les lieux de travail. Le mode de collecte de données s'est fait par un enquêteur, sur le terrain pour le respect des quotas et des consignes. De plus, l'enquêteur laisse librement l'enquêté répondre sans influencer ses réponses.

2.2. L'entretien professionnel à partir d'un guide d'entretien

L'entretien semi-directif est susceptible de nous apporter des données plus riches et plus diverses. C'est une technique de recueil d'informations qui consiste à définir des thèmes définis permettant de formuler des questions en vue de les aborder avec la personne à interviewer.

2.2.1. But

Puisque les ouvrages consultés ne sont pas suffisants pour connaître la gestion des droits d'auteurs à Madagascar, nous avons effectué des entretiens au sein de l'OMDA. En premier lieu, nous avons sélectionné les individus à interviewer ; en second lieu, nous avons conçu un guide d'entretien (voir Annexe 1) et en troisième lieu, nous avons procédé au déroulement de l'entretien dans les locaux de l'OMDA, aux heures d'exercice de l'activité tout en laissant l'interviewé s'exprimer librement après avoir fourni certaines indications concernant le but général de l'étude.

La modalité de recueil de données est la prise de note accompagnée par l'écoute attentive. Pour plus de précision, nous avons relancé certaines questions en vue d'obtenir plus d'informations.

2.2.2. Déroulement

Chaque entretien a duré entre 30 à 60 minutes auprès des responsables de chaque service. Les éléments du guide résumant tous les axes essentiels autour duquel les interviews se sont orientées et indiquent l'objectif de l'étude ainsi que les informations liées à la présentation de l'organisme, l'organisation interne et externe, aux actions de lutte contre le piratage, et les objectifs. Cette méthode est complétée par un stage pour comprendre la réalité sur la gestion des prérogatives accordées à l'auteur.

2.3. L'entretien semi-directif

Les principaux acteurs concernés par la production audiovisuelle regroupent l'auteur, les acteurs, les interprètes, les producteurs. Nous avons aussi effectué des entretiens auprès d'eux dans le but de connaître leur point de vue sur le piratage.

2.3.1. But

Il existe deux catégories de producteurs : l'auto-producteur, artiste qui contribue lui-même depuis la conception à la réalisation sur support et le producteur qui est celui qui finance la production d'un disque et qui en devient son propriétaire, spécialisé dans le domaine. Nous avons eu des difficultés à décrocher les entretiens auprès de ces acteurs quand la démarche est téléphonique. Nous avons saisi l'opportunité de soumettre un questionnaire aux artistes qui se présentaient dans notre établissement de stage.

Cela a été dans le but d'obtenir des compléments d'informations et dans l'intention de connaître leurs opinions et comportements face à ce fléau qui les touchent.

2.3.2. Déroulement

Chaque entretien a duré entre 5 à 10 minutes à l'aide d'utilisation de questions ouvertes mais d'un nombre restreint. Les thèmes du guide d'entretien se centrent sur le point de vue sur le piratage, les mesures et actions entreprises, les solutions qu'ils pourraient proposer. La modalité de recueil de données est la prise de note. Afin d'obtenir des résultats suffisamment consistants, nous avons réalisé au minimum dix interviews différentes.

Après avoir vu les différentes méthodologies utilisées durant les recherches nous allons voir comment on va traiter les données.

Section 3. Traitement des données obtenues

Quant à l'exploitation des données recueillies, nous avons utilisé diverses techniques d'analyses comme le diagnostic SWOT, l'analyse du contenu et l'utilisation de logiciel de traitement d'informations. Cette section présente les moyens que nous avons traités les résultats obtenus par les différentes méthodologies adoptées. Même si les techniques utilisées ne sont pas identiques, nous constatons qu'il existe des points communs entre eux non seulement sur le fait qu'elles concourent tous à collecter des informations mais elles constituent également les pierres angulaires pour vérifier les hypothèses qui ont été émises.

3.1. Lors de l'entretien professionnel

Les données recueillies à l'OMDA sont analysées avec le diagnostic SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, Threats) appelé communément analyse FFOM (Forces, Faiblesses, Opportunité, Menace). Cette méthode consiste à dégager les Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces au niveau de cette entité.

La matrice SWOT est un outil d'analyse permettant de réaliser un diagnostic interne et externe de son environnement actuel permettant la réorientation stratégique. Elle est utilisée afin de réaliser un portrait de la situation de l'entreprise, de planifier une stratégie ou de prendre les décisions.

3.2. Lors de l'entretien semi-directif

L'intégralité du discours des répondants a pu être saisie grâce à la prise de note durant chaque entretien. Par la suite, la lecture de chacun des entretiens a permis l'extraction de tous les thèmes abordés (unités de l'analyse). Les réponses des interviewés réunissaient par proximité les mêmes concepts. Du fait qu'il s'agit d'une analyse descriptive, on ne mènera pas à bien une analyse statistique.

3.3. De l'enquête par questionnaire

Nous avons utilisé le logiciel «Sphinx Plus²» depuis l'élaboration des questionnaires, pendant la collecte de données ou saisie des réponses et le traitement des résultats obtenus. Les résultats des investigations sont transcrits sur ordinateur à partir de fiche de recueil et les questionnaires. Le choix est porté sur ce mode de traitement du fait de son système de dépouillement, la mise en forme des résultats en tableau ou en graphiques. C'est un grand appui et un facilitateur à la réalisation de cette étude.

Section 4. Limite et chronogramme de l'étude

La limite d'étude parle des domaines que cette recherche n'a pas intérêt à traiter, soit parce qu'on ne trouve aucun lien avec le sujet, soit c'est un domaine qui mérite un autre travail de recherche. Le chronogramme est un calendrier retraçant par ordre chronologique, la période depuis la conception jusqu'à la réalisation de ce travail de recherche.

4.1. Limite de l'étude

Quelques remarques peuvent être apportées quant aux limites à considérer concernant la réalisation de ce mémoire.

En effet, les études effectuées ont pris en considération l'opinion de l'organisme de perception et de répartition des droits d'auteurs ainsi que les auteurs et le public, utilisateur ou non de supports mécaniques tels que les CD, DVD

L'étude aurait pu être prolongée en menant une autre similaire au niveau des praticiens de la piraterie afin de connaître les mobiles qui leur poussent à exercer cette activité illicite. Cet ouvrage avance simplement quelques solutions pour améliorer la lutte contre le piratage à Madagascar mais l'explication en détail, la mise en œuvre sera l'objet d'un projet à part. De même, une des grandes lignes que nous n'avons pas pu surmontée est la confidentialité des informations. Nous n'avons pas accès à certaine information comme les données concernant l'audit de la société. Dans cette optique, la raison n'est pas une question de secret d'entreprise mais c'est une procédure qu'on doit respecter car la divulgation des données nécessite des autorisations préalables que nous n'avons pas l'autorisation de les demander.

Quant à l'enquête auprès des consommateurs, nous avons rencontré certaines difficultés car de nombreux sujets ont refusé de répondre à nos questions de peur d'être poursuivis sur les propos et les opinions qu'ils expriment. D'autres personnes ont répondu qu'ils n'ont pas de temps à nous accorder. L'enquête menée s'est déroulée parallèlement au stage au sein de l'OMDA par des enquêteurs expérimentés. Un Briefing hebdomadaire a eu lieu sur le respect des critères requis avec un minimum de 10 individus à enquêter par jour. Ces activités sont poursuivies par des études et analyses, de documentation externe, d'exploitation et de traitements des données.

4.2. Chronogramme des activités menées

L'étude a nécessité au préalable l'élaboration d'un plan détaillé des activités à accomplir, de la documentation, l'élaboration du plan de ce mémoire et du questionnaire, la pré-enquête, l'enquête par sondage et diverses étapes qui ont mené à la rédaction. Ces démarches ont duré trois mois, soit douze semaines (SEM). Les cellules colorées dans le chronogramme des activités sont une marque qu'il y a eu des activités lors de la période où la partie colorée est affichée. Ci-après le chronogramme des activités menées.

Tableau n°2 : Chronogramme des activités

CHRONOGRAMME DES ACTIVITES (Juin 2012-Aout 2012)												
ACTIONS	MOIS 1				MOIS 2				MOIS 3			
	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4
Documentation : revues, livres, textes législatives,...												
Esquisse du plan par rapport au protocole de recherche												
Rédaction de questionnaire												
Test de questionnaire												
Déroulement de l'enquête par sondage												
Entretien auprès des responsables (OMDA)												
Intégration et familiarisation avec le personnel												
Interviews (Auteurs)												
Stage (OMDA)												
Collecte et exploitation des données auprès des enquêteurs et des responsables												
Etude et analyses des données obtenues												
Exploitation et traitements des données												
Rédaction												

Source : Auteur (2012)

Conclusion partielle

Cette partie a fourni détails qui tous les ont permis de conduire cette recherche et de décrire les outils utilisés tels que la documentation, les enquêtes, le logiciel pour le traitement des données, la limite de l'étude et le chronogramme. Nous avons pu présenter les acteurs concernés par la lutte contre le piratage comme l'OMDA, les auteurs et les professionnels de l'art qui concourent depuis la création jusqu'à la finalisation d'une œuvre artistique.

Voyons ensuite la deuxième partie qui expose les différents résultats obtenus lors des entretiens professionnels et des enquêtes sur terrain.

DEUXIEME PARTIE : RESULTATS

Avant d'arriver à ce stade, nous avons élaboré les questionnaires, collecté les données, saisi les réponses, effectué le traitement et l'analyse des données recueillies tout au long de cette recherche. Cette partie se subdivisera en trois sous ensembles. Tout d'abord, on tâchera d'expliquer la gestion du droit d'auteur. Ensuite, on fera une analyse SWOT sur l'environnement interne et externe de l'OMDA. Et enfin, on essayera de voir les comportements d'ensemble de l'échantillon en vue d'une analyse.

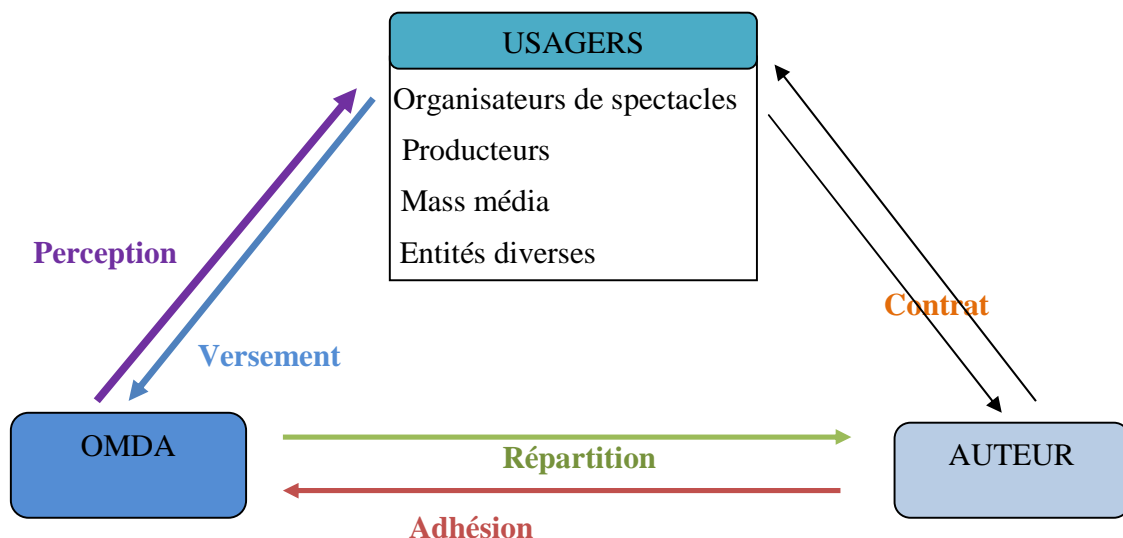
Chapitre 4. La gestion collective des droits d'auteur

Ce chapitre a pour objet de faire comprendre le mécanisme de gestion du droit d'auteur et des droits voisins à Madagascar.

Section 1 : La gestion de l'OMDA

La gestion collective se traduit par la création d'un organisme, soit à l'initiative des auteurs eux-mêmes dans pays développés, soit à l'initiative des pouvoirs publics dans les pays en développement comme la notre. L'OMDA est l'intermédiaire entre les auteurs et les utilisateurs des œuvres protégées. Il a été créé pour percevoir les droits pécuniaires et les répartir aux auteurs qui ont eu des œuvres utilisées. Il agit pour le compte des auteurs. C'est le protecteur des intérêts des auteurs.

Figure n° 1 : Gestion collective



Source : OMDA (2012)

L'auteur ou ses ayants droits peut confier la gestion de ses œuvres à une société d'auteur telle que l'OMDA. L'office agit ensuite dans tout le domaine en délivrant une autorisation préalable à tous ceux qui veulent utiliser son répertoire. Puis il assure la collecte auprès des usagers qui versent à leur tour le montant correspondant de l'œuvre utilisée, c'est-à-dire les droits qui seront répartis aux auteurs membres ensuite.

1.1. L'adhésion à l'OMDA

Aucun examen d'entrée n'est imposé; deux conditions sont requises: la première est celle d'avoir 2 œuvres exploitées au minimum et la seconde est de justifier un début d'exploitation de ces œuvres, soit par la diffusion publique (Radio, TV, spectacles), soit par l'enregistrement de ces œuvres sur CD ou autres supports. Cette adhésion se fait à titre individuel même si l'auteur travaille en équipe ou au sein d'un groupe. Par son adhésion, un auteur accepte de céder la gestion de ses droits patrimoniaux à l'OMDA.

1.2. La déclaration d'œuvre

L'auteur a intérêt à déclarer les œuvres pour bénéficier de son droit. La déclaration d'œuvre peut être collective. Il appartient aux ayants droits de déclarer les œuvres en remplissant et en signant le bulletin de déclaration d'œuvre. L'OMDA protège toutes les œuvres littéraires et artistiques, qu'elles soient malagasy ou étrangères.

Section 2. La collecte de droit d'auteur

L'OMDA effectue la collecte des droits auprès des usagers des œuvres protégées avec lesquels il a établi des contrats. Il perçoit au titre de « Droit d'Exécution Public » des œuvres diffusées publiquement à la radio, TV, spectacle,... et « Droit de Reproduction Mécanique » des œuvres pour chaque disque. La collecte est basée :

- soit sur une tarification proportionnelle sur les recettes réelles de la vente ou de l'exploitation de l'œuvre ou sur les dépenses engagées pour les entrées gratuites et d'entrée symbolique;
- soit sur une tarification forfaitaire.

A titre d'exemple, pour un spectacle, l'organisateur se doit de payer Six pour cent (6%) sur la totalité des recettes de vente de billets à l'entrée. Pour la production d'un film, le producteur paie un droit d'auteur de Dix pour cent (10%) du prix de vente au détail.

Les usagers ou utilisateurs ont pour obligation première de payer le droit d'auteur et le second est de fournir les programmes d'utilisation d'œuvres.

Section 3. La répartition du droit d'auteur

Les droits collectés sont répartis suivant un calendrier préétabli annuellement. Les droits sont répartis sur la base des données fournies par les utilisateurs.

Pour les radios et télévision, la fiche conducteur, à remplir par les usagers permanents, qui inscrit toutes les œuvres exécutées pendant une période bien déterminée et les auteurs correspondants. Pour les organisateurs de spectacles, la fiche programme est à remplir également par les usagers occasionnels donnant toutes les informations sur le spectacle qu'ils ont organisé telles que : titre des œuvres exécutées, auteurs correspondants, nombres d'œuvres exécutées, somme de droits d'auteur perçus.

Elle se fait également à partir de la déclaration de production contenant le nom de la société productrice du support, le titre de l'album, les titres des œuvres avec des auteurs correspondants et la date de dépôt.

Pour les œuvres étrangères, c'est la fiche internationale qui contient l'information complète pour une œuvre donnée à savoir ses co-auteurs, la société d'auteur à laquelle sont adhérents ses co-auteurs, et le pourcentage correspondant; elle peut provenir de la société SACEM,

Il y a répartition sur le droit de reproduction mécanique provenant des CD/ VCD /DVD, le droit d'exécution publique provenant des Radio, TV, ..., le droit occasionnel provenant des organisateurs de spectacle.

Tableau n° 3: Mode de détermination du droit d'auteur

	Montant venant de la perception
—	Frais de gestion de l'office (15%)
⇒	————— MONTANT « X »
—	Fonds social et culturel (10%)
⇒	————— NET A PAYER A L'ARTISTE

Source : OMDA (2012)

Au niveau comptable, la société ne fait aucun résultat puisque son objectif n'est pas de réaliser un profit. Les résultats qui figurent sur son bilan annuel sont appelés droit à répartir.

Chapitre 5. Résultat des études menées auprès de l'OMDA

Ce chapitre présente les résultats des entretiens que nous avons effectués dans notre établissement de stage.

Section 1. Résultat du diagnostic de l'Office Malagasy du Droit d'Auteur

La présente matrice est élaborée à partir des observations et des informations obtenues au sein de notre établissement de stage.

Tableau n° 4 : Matrice SWOT de l'OMDA

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> -Elle est placée sous la tutelle du ministère de la culture et du ministère des finances -Monopole sur le territoire national -Reconnue par les organismes internationaux 	<ul style="list-style-type: none"> -Manque d'effectif -Manque de moyens matériels -Difficulté dans la mise en application effective des textes en vigueur
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> -Possibilité de proposition de loi -Possibilité de former son personnel à l'étranger -Opportunité de saisies des produits contrefaits -Coopération étroite avec la Brigade Anti-piratage 	<ul style="list-style-type: none"> -Augmentation des œuvres piratées sur le marché -Inexistence des réseaux de distribution professionnelle -Irresponsabilité des consommateurs

Source : Auteur (2012)

Cette matrice fait apparaître un aperçu général des aspects positifs qui sont à améliorer et aspects négatifs qui doivent être surveillés par l'établissement.

Section 2. Résultat des entretiens auprès des auteurs, artistes et producteurs

La plupart des entretiens réalisés avec les artistes concernés montre des discours mettant l'accent d'une part, sur la professionnalisation des pirates, ce qui explique le succès de ce dernier et d'autre part, l'utilité d'instaurer une unité de lutte.

2.1. Une activité professionnalisée et organisée

Certains définissent ce phénomène comme étant une production parallèle, c'est-à-dire que c'est le producteur qui multiplie l'œuvre sans avoir obtenu autorisation et sans payer de droit d'auteur. C'est cette situation qui a favorisé l'autoproduction.

Pour d'autres, la technologie est le principal facteur avec l'arrivée des nouvelles techniques de reproduction. L'insuffisance de point de vente de produit original intensifie aussi le piratage. Jusqu'à présent, on ne dispose que de quelques distributeurs dans la capitale. Dans les provinces, ils sont quasi-inexistants.

2.2. Combattre le phénomène

L'instauration de la brigade anti-piratage est un espoir pour les auteurs, ils sont tous du même avis mais ils pensent qu'il faudra améliorer la méthode de travail et sollicitent la sévérité des agents et des responsables. Les auteurs ont aussi mis l'accent sur le fait de sensibiliser l'ensemble du public de ne consommer que l'original.

Chapitre 6. Résultat de l'étude auprès des consommateurs

Une analyse des fréquences a été réalisée pour toutes les variables afin de caractériser l'échantillon. Cette section a pour objectif de donner les résultats de l'enquête lors de la collecte d'informations. Comme il a déjà été mentionné dans le chapitre précédent, le logiciel Sphinx donne automatiquement le nombre de citation (Nb.cit), c'est-à-dire le nombre de réponses citées par les individus interrogés et la fréquence (Fréq.)

Section 1 : Dépouillement de l'échantillon

Cette section a pour objectif de trier les réponses obtenues pour affiner les analyses avec une analyse qualitative des données.

Tableau n° 5 : Répartition des consommateurs selon le produit acheté

PRODUIT	Nb. cit.	Fréq.
Original	61	41%
Pirate	89	59%
TOTAL CIT.	150	100%

Source : Auteur (2012)

Ce tableau nous montre la répartition de l'échantillon entre les consommateurs des produits audiovisuels. Ces derniers peuvent être originaux ou piratés. Sur l'ensemble de la population étudiée, les consommateurs de produits illégaux représentent la majeure partie (59%) et les consommateurs de produits authentiques constituent seulement une minorité (41%). De quelle manière cette population est-elle répartie ?

Tableau n° 6 : Répartition de l'échantillon selon l'activité professionnelle et le produit

CSP PRODUIT	Cadre	Travailleur	Employé de bureau	Ouvrier	Etudiant	Inactif	TOTAL
Original	11% (16)	9% (14)	9% (14)	3% (5)	5% (7)	3% (5)	41% (61)
Pirate	3% (5)	15% (23)	13% (19)	9% (13)	15% (23)	4% (6)	59% (89)
TOTAL	14% (21)	25% (37)	22% (33)	12% (18)	20% (30)	7% (11)	100% (150)

Source : Auteur (2012)

Le tableau ci-dessus présente les catégories de profession des consommateurs et le type de produit qu'ils consomment. Nous pouvons constater que les individus qui exercent un poste hiérarchiquement supérieur dans une entreprise ou dans la société (une bonne condition de travail, moyen économique, niveau d'instruction élevé...) sont les premiers acheteurs de produit original. Cependant, les individus dont le pouvoir d'achat est faible n'ont pas la possibilité d'acheter les produits authentiques. La catégorie socioprofessionnelle et le produit sont liés dans la logique des personnes interrogées mais le sont-elles vraiment dans la réalité ?

Section 2 : Motivation des consommateurs

Cette section a pour objectif de connaître les différents mobiles d'achat des consommateurs d'œuvres artistiques.

Tableau n° 7 : Relation entre la raison d'achat et le produit

RAISON (PIRATE)	Prix abordable	Facile à trouver	Aucune différence	TOTAL
PRODUIT				
Pirate	44% (39)	29% (26)	27% (24)	100% (89)
TOTAL	44% (39)	29% (26)	27% (24)	100% (89)
RAISON (ORIGINAL)	Meilleure qualité	Fiable	Respect au droit d'auteur	TOTAL
PRODUIT				
Original	34% (21)	23% (14)	43% (26)	100% (61)
TOTAL	34% (21)	23% (14)	43% (26)	100% (61)

Source : Auteur (2012)

Les individus qui ont affirmé être consommateurs de produit original reconnaissent le droit conféré à l'auteur d'une œuvre littéraire et artistique, selon les 63% des interrogés et du fait de la satisfaction de son usage mais aussi parce qu'ils ont confiance au produit.

Pour les acheteurs de pirates, le prix est la raison principale de leur non achat. Ils ne considèrent pas la qualité mais estiment que le contenu est le même. A part cela, ils pensent qu'ils ont une difficulté à trouver les points de vente agréés alors qu'on trouve facilement les pirates presque dans tous les quartiers et les marchés de la ville.

Tableau n° 8 : Type d'œuvre acheté par les consommateurs

PRODUIT	Original	Pirate	TOTAL
HABITUDE			
Film	18% (27)	20% (30)	38% (57)
Clip	12% (18)	10% (15)	22% (33)
Autre: tous ces types	3% (5)	14% (21)	17% (26)
Musique	3% (5)	9% (13)	12% (18)
Logiciel	4% (6)	7% (10)	11% (16)
TOTAL	41% (61)	59% (89)	100% (150)

Source : Auteur (2012)

Le point commun qu'on a constaté entre les deux groupes réside sur le fait qu'ils ont la même tendance en matière d'achat. Les produits les plus consommés classés par ordre décroissant sont les supports cinématographiques (DVD) qui renferment des films en tout genre, puis les VCD renfermant les clips musicaux ainsi que les CD audio et enfin les supports de logiciel.

Quand il s'agit de produit pirate, beaucoup d'entre eux achètent tous ces types de support; mais si c'est original, seul un nombre restreint d'individus peut acheter. Chaque consommateur a

son choix selon le type de produit. Mais l'habitude d'achat d'un consommateur est-il le même ou ce peut-il que cela change ?

Tableau n° 9: Raison d'achat de produit pirate des consommateurs de produit original

EXCEPTION	Nb. cit.	Fréq.	Valeurs	
				Nb. cit.
Oui	23	38%	Quand l'original est trop cher	9
			Quand on ne trouve que chez les pirates	9
Non	38	62%	L'original est difficile a trouver	5
TOTAL CIT.	61	100%	TOTAL	23

Source : Auteur (2012)

L'enquête révèle que plus de la moitié des consommateurs originaux sont fidèles à leurs usages; seules, les minorités d'entre eux ont affirmé qu'il leur est déjà arrivé de ne pas pouvoir acheter quand ils ont estimés que le prix est cher ou quand le produit n'est disponible que chez les pirates.

Tableau n° 10 : Raison d'achat de produit original des consommateurs de produit pirate

EXCEPTION	Nb. cit.	Fréq.	POURQUOI		
				Nb. cit.	Fréq.
Oui	59	66%	Quand le prix me convient	28	47%
			Quand j'aime l'oeuvre	21	36%
Non	30	34%	Quand j'en ai vraiment besoin	10	17%
TOTAL CIT.	89	100%	TOTAL CIT.	59	100%

Source : Auteur (2012)

Pour les habitués de produits contrefaits, ils achètent préférentiellement l'original en fonction de son prix, quand il leur semble abordable ou en cas de nécessité. Certains individus qui ont l'habitude de consommer les œuvres pirates (33%) n'ont jamais acheté des produits originaux.

Tableau n° 11 : Définition d'un « Artiste » selon le public :

DEFINITION	Nb. cit.	Fréq.
Personne talentueuse	64	43%
Innovateur	16	11%
Auteur	38	25%
Créateur	28	19%
Educateur	4	3%
TOTAL CIT.	150	100%

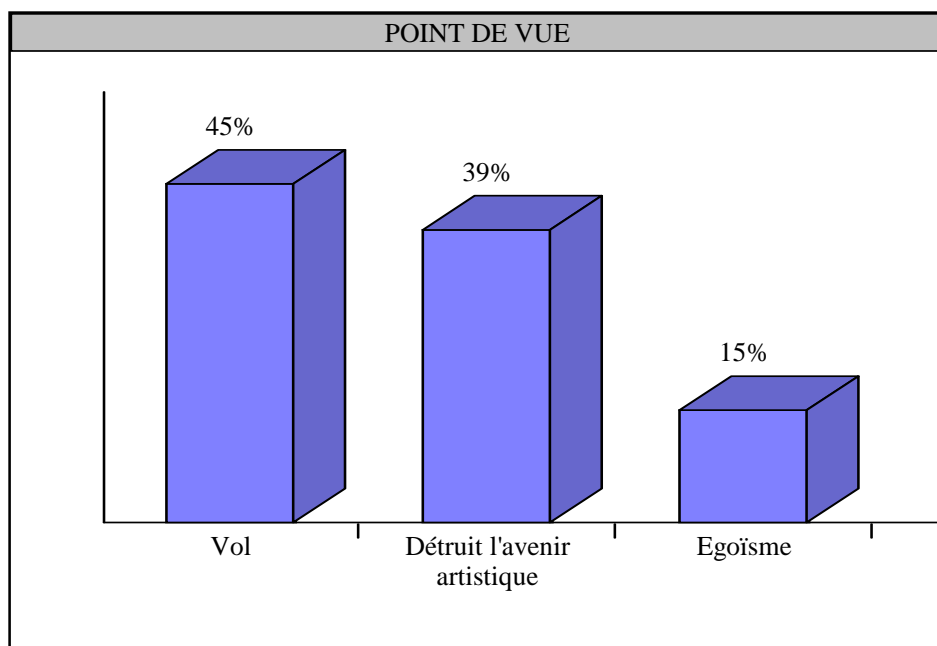
Source : Auteur (2012)

Presque toutes les personnes interrogées ont défini un artiste comme une personne douée d'aptitude particulière sur le plan artistique. Il crée quelque chose de nouveau pour distraire et donner une éducation culturelle à la communauté toute entière. A ce sujet, même s'ils n'achètent pas la même œuvre, chacun reconnaît la valeur et l'importance d'un auteur dans la vie mais aussi dans la société.

Section 3 : Attitude des consommateurs sur le piratage

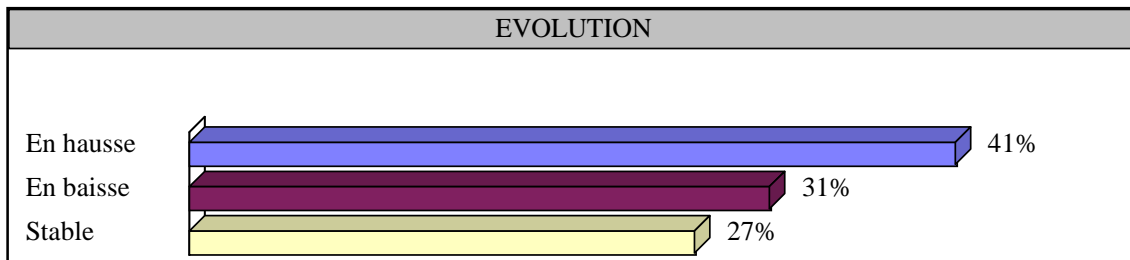
Cette section a pour objectif d'évaluer les points de vue du public, consommateur ou non de produit original sur la reproduction illicite de copies d'un disque.

Figure n° 2 : Point de vue sur le piratage



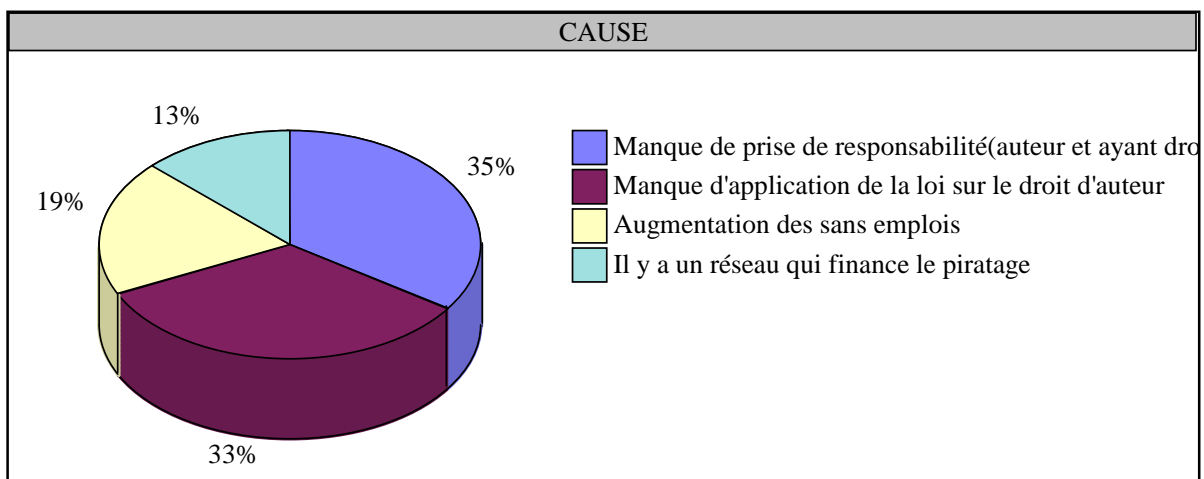
Source : Auteur (2012)

Le piratage est le fait de s'approprier le bien des autres selon la majeure partie (45%) des personnes interrogées. Mais il porte également préjudice à l'avenir artistique. Pour d'autres, il s'agit du fait de s'attribuer illégalement la propriété artistique d'autrui et ce, en privilégiant son intérêt propre.

Figure n° 3: Evolution du piratage

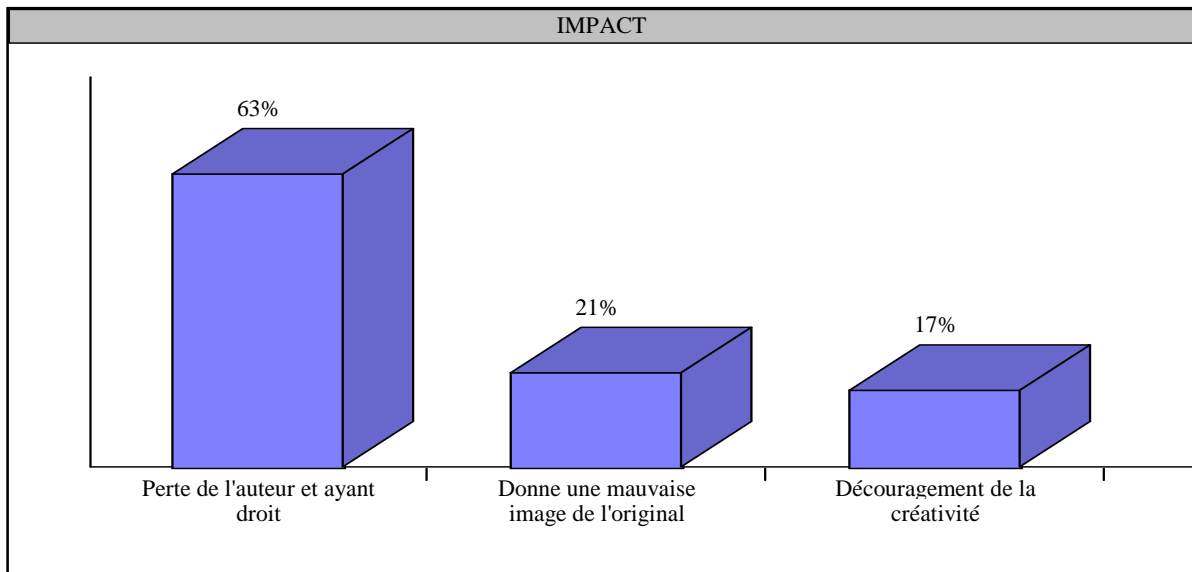
Source : Auteur (2012)

Même si chaque consommateur n'achète pas le même produit, plus de 41% des interrogés ont constaté l'augmentation des produits illégaux sur le marché.

Figure n° 4 : La cause du piratage

Source : Auteur (2012)

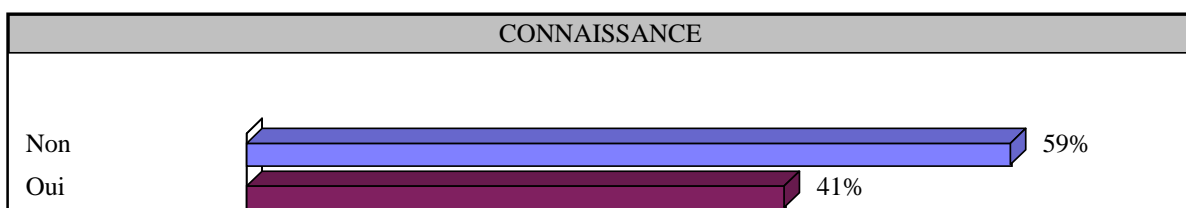
Après avoir demandé à l'échantillon la raison qui expliquerait encore la persistance de la reproduction illicite à des fins commerciales, de nombreuses personnes ont réprimandé le manque de prise de responsabilité des individus ayant droit vis-à-vis de leur œuvre. Certains propos ont énoncé que la lutte contre la piraterie commerciale passe par la mise en œuvre respectueuse des textes juridiques en vigueur.

Figure n° 5: L'impact du piratage

Source : Auteur (2012)

L'un des impacts sur le monde musical et audiovisuel est d'ordre socio-économique. Les plus perdants sont les artistes et les producteurs. Mais il y a aussi toutes les personnes qui concourent à la réalisation de l'œuvre comme les studios d'enregistrement et les magasins de vente. Mais cela peut être d'ordre psychologique, les artistes auteurs sont découragés à toute création ou innovation car les recettes obtenues ne peuvent même pas financer d'autres projets de perfectionnement. Le dernier impact est sur le plan qualité, les produits contrefaits n'ont pas les mêmes qualités (image, sons, durée,...) et ne sont pas parfaitement conformes aux normes de sécurité tenues par les produits authentiques.

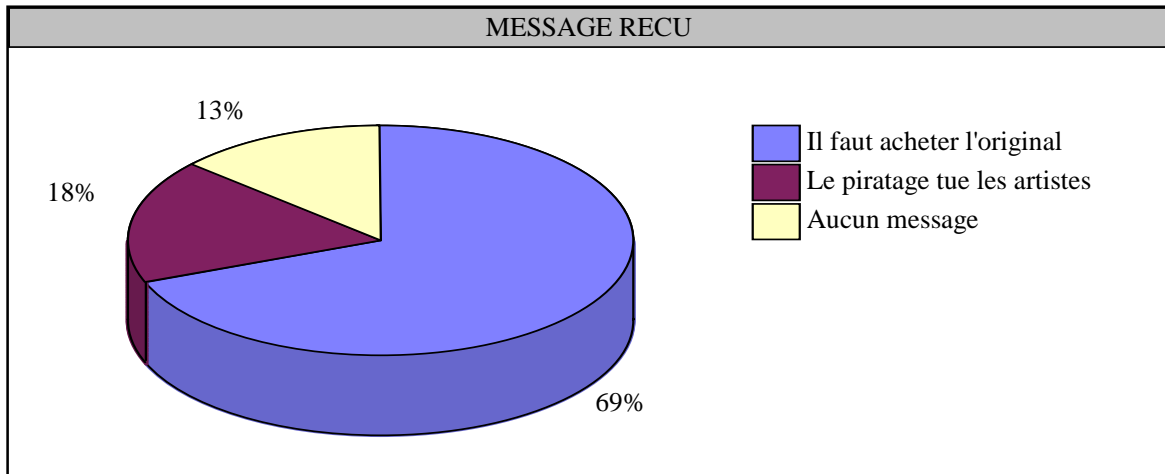
Pour mieux cerner les attitudes, nous avons voulu savoir si la majorité du public est au courant de la mise en place de la B.A.P (Brigade Anti-piratage) et leur réaction par rapport à cette unité.

Figure n° 6: CONNAISSANCE DE LA B.A.P

Source : Auteur (2012)

En matière d'actualité, un grand nombre de personnes n'est pas encore au courant de l'instauration de la B.A.P et du message qu'elle a diffusé à travers les médias.

Figure n ° 7 : Message reçu



Source : Auteur (2012)

Pour les 41% des interrogés qui la connaissent et qui ont déjà vu l'annonce publicitaire qu'elle avait diffusée dans les médias. Nous pouvons dire que la plupart d'entre eux (selon 69%) ont compris le message qu'ils devraient acheter l'original et que le piratage tue les artistes (selon 18%). Mais pour les individus restants (13%), ce message leur est indifférent.

Conclusion partielle

A la lumière de ces résultats, on a pu obtenir des informations sur la situation actuelle de la lutte contre le piratage et les moyens mis en œuvre pour y parvenir. On a vu en premier lieu la synthèse des réponses obtenues de questionnaires posés auprès des responsables de l'OMDA. Ces informations ont été ensuite traitées à l'aide du diagnostic SWOT sous forme de matrice afin d'élaborer des stratégies dans le but d'aider l'office à exploiter ses atouts, éliminer les faiblesses et saisir les opportunités d'avenir. En second lieu, on a représenté de façon synthétisée les propos recueillis lors de l'enquête au public.

Les résultats que nous avons présentés ci-précédemment nous conduit à voir dans la troisième et dernière partie les discussions et recommandations.

TROISIEME PARTIE : DISCUSSIONS ET RECOMMANDATIONS

En premier lieu, les résultats présentés précédemment ont été obtenus grâce au dépouillement des réponses dans les questionnaires. Nous avons vu aussi les résultats des entretiens professionnels effectués auprès des artistes ou des maisons de production. En général, ces deux types de résultat mettent en exergue le développement actuel du piratage et les conséquences d'une telle activité sur la vie des auteurs ou les producteurs. Cependant, Ils ont permis d'approfondir la connaissance sur le droit d'auteur et le comportement des consommateurs vis-à-vis du piratage. Pour mieux asseoir les recherches, les discussions suivantes méritent d'être analysées pour qu'on puisse trouver des recommandations utiles ou des solutions efficaces pour préserver les œuvres littéraires et artistiques contre ces exploitations illégales. Nous allons donc subdiviser cette dernière partie comme suit : tout d'abord, il y aura une analyse de l'environnement juridique de l'OMDA afin de mieux connaître la gestion de la propriété littéraire (droit d'auteur). Ensuite, on procédera à l'analyse des informations obtenues à partir du sondage d'opinion qui vont servir à déterminer les actions futures.

Puis on passera à la validation des hypothèses émises lors de l'introduction grâce aux résultats acquis et l'analyse de ces derniers. Et enfin, il s'agit de proposer des solutions et des recommandations à l'OMDA pour contribuer à la lutte contre le piratage. Entamons tout de suite l'interprétation du diagnostic de l'OMDA.

Chapitre 7. Interprétation des résultats obtenus

Ce chapitre clarifie non seulement la performance et la notoriété de la société qui constituent ses points forts, mais aussi, les obstacles et les lacunes qui représentent ces points faibles. Nous allons également décrire les circonstances favorables à la société pouvant l'aider à exploiter les facteurs clés du succès facilement; en tenant compte des risques qui peuvent surgir.

Section 1. Forces et faiblesses de l'OMDA

L'analyse de l'environnement interne de l'entreprise nous a permis de mettre en évidence les faits suivants. Elle s'est portée sur les facteurs propres à l'entreprise, comme sa capacité en ressources humaines, sa situation financière et ses habiletés. L'efficacité des partenariats ainsi que l'instauration des démembrements de l'OMDA dans les régions deviennent des grands appuis pour l'exécution de ses missions même si on rencontre souvent des manques en ressources humaines ou matérielles.

1.1. Collaboration avec de nombreux partenaires

De par son statut, rappelons que l'OMDA est un Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC), rattaché à l'Etat, sous tutelle technique du Ministère de la Culture et du Patrimoine malgache et de la tutelle financière du Ministère des Finances et du Budget. Malgré ces hiérarchies administratives, l'Office est en étroite collaboration avec divers partenaires nationaux qu'internationaux. Le but de ces coopérations ne se limite pas dans la recherche de financement d'un projet ou de l'échange de compétence mais s'élargit essentiellement sur l'amélioration du domaine de la propriété littéraire et artistique dans le Pays.

Effectivement, le premier collaborateur de l'OMDA est le ministère de la Culture et du Patrimoine ; notons que le directeur de l'OMDA est nommé en Conseil des Ministres. Plusieurs actions ont été entreprises par ces deux entités surtout sur l'amélioration du cadre juridique des auteurs ou des artistes. Cependant, même si l'OMDA a un budget autonome, l'Etat effectue annuellement un contrôle strict de ses comptes. Plus récemment, grâce à la réussite de cette collaboration, les forces de l'ordre ont manifestés leurs intérêts dans la lutte contre le piratage. Il ne reste donc qu'à déterminer les moyens pour harmoniser l'ensemble des actions dans le cadre de ces collaborations.

A part la relation avec l'Etat, les artistes, les producteurs, les organisateurs de spectacles, les mass médias, en un mot, ce sont les usagers des œuvres littéraires et artistiques qui travaillent étroitement avec l'OMDA pour instaurer un environnement plus stables et harmonieux dans le domaine du droit d'auteur.

Sur le plan international, l'Office est en partenariat avec la CISAC. Des accords de représentation réciproques ont été conclus avec des sociétés d'auteurs étrangers dont la SACEM et SACD en France et bien d'autres encore. Sur le plan matériel, L'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle l'a aidé à se doter de matériel informatique nécessaire pour le fonctionnement de l'office et la gestion automatique des droits d'auteur.

1.2. Extension de la zone de couverture

L'OMDA a beaucoup d'avantages car à part son siège dans la capitale, il a des agences dans les régions notamment à Antsiranana, Toamasina, Fianarantsoa, Toliara, Mahajanga. Les agences qui sont implantées dans les chefs lieux de provinces facilitent le recouvrement des droits, d'autant plus que le personnel est formé d'agents compétents et spécialisés dans le domaine.

En tant que représentant de tous les auteurs malagasy, il possède un réel pouvoir qui lui permet de négocier les droits avec les usagers. L'OMDA représente plus de 6 000 auteurs et ayants-droit, et gère un répertoire de plus de 82 000 œuvres...).

1.3. Manque d'effectif

Face aux difficultés des actions sur la lutte contre le piratage et la protection du droit d'auteur à Madagascar, l'OMDA se heurte encore aux problèmes de ressources humaines. Pourtant, une telle société devra être capable de recouvrir tous l'ensemble du territoire surtout par la multiplication des agents sur terrain. Les exemples cités suivants ne sont que des cas trouvés au sein de siège de l'OMDA.

Dans le service « perception » il n'y a que trois personnes seulement qui assurent l'opération de recouvrement dans toute la ville d'Antananarivo. Même avec un calendrier plus détaillé et plus précis de la direction, ainsi que la bonne volonté des agents de perception, nous constatons que l'importance du travail à faire nécessite des recrutements. En outre, sur le plan matériel, il ne possède qu'une voiture pour sillonner les rues de la ville jour et nuit pour la collecte des droits dans les restaurants, hôtels, les karaokés et location de CD,..., tous les établissements qui diffusent publiquement de la musique ou qui projettent du film. Nous nous demandons ce que vivent les démembrements de l'Office dans les régions si les réalités au siège se présentent ainsi.

1.4. Difficulté dans l'application de la loi

En matière de législation sur le droit d'auteur, nous avons constaté qu'il y a des difficultés dans l'application effective de la loi en vigueur. D'après les entretiens, même après avoir effectué toutes les démarches nécessaires à l'encontre des contrefacteurs comme l'arrestation, les verdicts prononcés auprès du tribunal ne correspondent pas aux sanctions prévues par la loi en vigueur.

A Madagascar, beaucoup de gens ignorent encore la loi, surtout, celle sur la propriété littéraire et artistique. Ils ne savent pas que toute personne ou usagers qui diffusent une œuvre artistique au public se doit de payer un droit à l'égard de son auteur. Prenons l'exemple d'une station radio qui doit verser le droit d'auteur, si elle diffuse une œuvre qui fait partie du répertoire de l'OMDA au public.

D'autre côté, certains mass-médias connaissent bien les procédures qu'ils doivent faire auprès de l'OMDA pour pouvoir diffuser publiquement des œuvres protégés mais négligent tout simplement ou falsifier pour éviter le paiement des droits d'auteurs. Le système actuel ne permet pas encore de vérifier le nombre exact d'utilisation d'une œuvre surtout dans les télévisions ou les radios.

Section 2. Opportunité et menace de l'OMDA

L'analyse de l'environnement externe de l'Office a permis de dégager les aspects négatifs qui sont à surveiller par l'entité. Elle porte sur les facteurs propres à l'environnement qui entoure l'entreprise, et qui crée les contraintes qu'elle doit prendre en considération.

2.1. Opportunité de saisie

Il existe des procédures à suivre à l'encontre des contrefacteurs que l'OMDA peut effectuer. Celles-ci consistent d'abord à demander une autorisation auprès du tribunal après collecte de renseignements auprès de sources de renseignements sûrs. Puis, l'Office peut procéder à la saisie des produits contrefaits avec les autorités compétentes, ils peuvent interpellier le vendeur par la même occasion. Il s'agit ici d'une saisie-contrefaçon.

Par l'interrogation et la détention de la personne interpellée, on arrive à trouver la source de fabrication des produits illicites afin de procéder à une saisie-arrêt de l'auteur du crime et la confiscation des matériels qui ont servi à la reproduction.

Toutefois, les contrefacteurs ont à l'avance de nombreuses informations sur le moment et le lieu de la saisie leur permettant de dissimuler les indices de leurs activités. D'un point de vue relationnel, l'OMDA a la chance d'envoyer en formation les membres de son personnel avec les sociétés d'auteurs auxquelles il a conclu des accords de représentation réciproque. A titre illustratif, quand le directeur assiste à une séance de formation à l'étranger, il peut profiter au lancement et à la promotion des artistes malagasy.

2.2. La prolifération des produits contrefaits gagne du terrain

D'après l'enquête que nous avons menée, l'évolution technologique a favorisé la production en masse des œuvres illicites. À l'ère du disque vinyle, en 1947, les matériels de reproduction n'existaient pas autant que de nos jours. L'avènement du disque vers les années 80 a marqué le début de la piraterie. Actuellement, les moyens techniques ne manquent pas comme les ordinateurs, les duplicateurs, le téléchargement, le téléphone,....

L'augmentation des œuvres illicites démotive les producteurs à investir dans l'industrie du disque. Pour l'OMDA, c'est une situation défavorable qui entraîne la réduction des droits d'auteur. Le consommateur est aussi victime car il risque de rencontrer des difficultés comme la rareté des produits nouveaux. Que deviendrait-on si le monde musical et cinématographique ne produit pas ? Nous vivrions donc dans un pays sans développement culturel.

Section 3. Interprétation des résultats des entretiens et des enquêtes sur terrain

Pour mieux comprendre les faits exposés dans la partie résultat, cette section donne une explication sur les résultats de l'entretien avec les divers acteurs dans la production de disque, du logiciel et du cinéma mais aussi de l'enquête par questionnaire.

3.1. L'entretiens des artistes, auteurs et producteurs

L'inexistence de réseau de distribution des produits authentiques est la cause la plus citée durant les entretiens effectués. La commercialisation d'une œuvre appartient à son producteur, auto producteur ou maison de disque. Chaque producteur a le droit de définir son circuit de distribution. Les consommateurs ne disposent pas de points de repère des produits originaux, ce qui leur pousse aux disques pirates. Le détaillant représente les forces de ventes des producteurs qui leur servent d'intermédiaires aux consommateurs. Le circuit de distribution est court, il peut se présenter en général comme suit :



3.2. L'enquête auprès des consommateurs

L'enquête a mis en évidence deux comportements. Si le prix joue un rôle important dans le choix des circuits audiovisuels, les problématiques de disponibilité et de qualité exercent également une influence déterminante. Nous avons constaté un écart considérable sur le pourcentage obtenu. D'après cela, nous sommes en présence de deux groupes.

3.2.1. Les consommateurs d'œuvre original

La majorité de ces personnes justifient leur choix par le respect du droit d'auteur. Ils ont souvent l'habitude d'acheter les supports de film ou VCD ainsi que les DVD. Pour eux, le piratage est un délit mais cependant, ils constatent que le phénomène a augmenté depuis quelques temps. Ils pensent que les autorités concernées ne prennent pas assez de responsabilité face à la situation. Ces individus sont conscients du fait que cela porte beaucoup de préjudice financier aux auteurs et producteurs. Toutefois, ils achètent les œuvres piratées quand l'original leur paraît trop coûteux.

3.2.2. Les consommateurs d'œuvre pirate

Ils sont plus nombreux, soit les trois quart des individus interrogés. Selon eux, le prix est le principal mobile qui motive leur achat. Comme solution, ils ont suggéré de diminuer le prix et ont

indiqué une tranche qui correspond à leur revenu respectif afin qu'ils se procurent définitivement de l'original sans aucune contrainte. Les films figurent parmi les types d'œuvres les plus sollicités par le public.

En somme, le comportement des consommateurs à l'égard du marché du disque reflète une sensibilité accrue aux prix et une certaine prise de distance à l'égard des œuvres originales. Il a donc été montré que deux comportements existent au sein d'un même groupe d'individus. Ce comportement est différent selon l'habitude d'achat, le pouvoir d'achat, le type d'œuvre, la perception d'une situation, sa cause, son impact et sa solution.

Mais qu'en est-il de la protection des logiciels à Madagascar? En effet, le logiciel figure parmi les œuvres protégées selon la loi sur la propriété littéraire et artistique du 18 septembre 1995. D'après l'enquête que nous avons menée, seules les entreprises de grandes envergures ou les institutions spécialisées utilisent des logiciels authentiques, du fait de leur prix élevé, à des millions d'Ariary. La majorité du public, consommateur, utilise de logiciel et système d'exploitation pirate.

A Madagascar, il n'y a aucune société spécialisée dans la création de logiciel, à cet effet, l'OMDA n'a pas encore organisé de protection particulière contre les logiciels pirates jusqu'à présent. De ce fait, nous n'avons pas beaucoup de chose à dire sur le logiciel.

Après avoir détaillé la situation sur le comportement des consommateurs vis-à-vis d'un produit, on peut à présent exposer les problèmes liés à l'existence du piratage.

Chapitre 8. Discussions concernant les obstacles à la lutte contre le piratage

Cette division nous permet d'examiner les résultats dans un contexte plus global. Plusieurs angles de vues ont été pris pour bien identifier les contraintes ainsi que les obstacles à la lutte contre le piratage. Le côté économique et social semble parfois un facteur de blocage car le pouvoir d'achat et les besoins poussent souvent les consommateurs à choisir les produits piratés. D'un autre côté, la gestion des produits originaux eux-mêmes favorise indirectement le développement du pirate pour ne parler que l'insuffisance des points de vente des produits originaux ou l'insuffisance de l'offre par rapport à la demande. Prenons un à un ces différentes situations.

Section 1 : Contrainte économique et social

De nombreuses situations d'ordre économique et social empêchent les consommateurs à consommer des produits originaux.

1.1. Le pouvoir d'achat

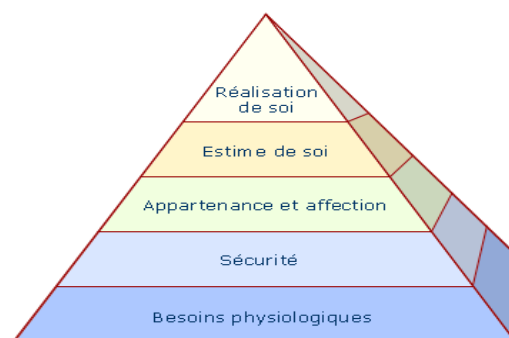
En général, les habitués de produit original ont un sens de respect et de conformité à la loi, c'est ce qui les motive. Le prix n'est pas un obstacle pour eux tandis que pour les personnes qui achètent les pirates pensent que l'original vaut cher

par rapport à leur pouvoir d'achat. La part de marché des ventes de l'industrie du disque appartient aux produits pirates.

En effet, le producteur de l'œuvre est libre de fixer son prix en fonction de son investissement mais il n'existe pas d'intervalle de fixation du prix. A partir des investigations accomplies, on peut conclure que le coût du pirate est à peu près le même pour n'importe quelle œuvre de l'industrie du septième art. Les pirates sont des créateurs (des profiteurs), car à partir des produits originaux, ils développent l'application de logiciel. Ils compilent des films et musiques qui répondent aux besoins du public comme les chansons MP3 évangéliques, les films par exemple. En moyenne, le prix d'un VCD original est de quatre mille (4000) Ariary, le prix d'un DVD est de Huit mille (8000) Ariary. Tandis que le prix d'un VCD pirate est de mille (1000) Ariary et le DVD à deux mille (2000) Ariary.

Les produits pirates sont moins chers comparés aux produits originaux, compte tenu du niveau de vie des Malgaches; la majorité de la population ne peut pas s'offrir le luxe de s'approprier des produits originaux. De ce fait, le pouvoir d'achat de la majorité de la population ne leur permet pas d'acheter des supports originaux. Par l'intermédiaire des pirates; les gens peuvent obtenir de la satisfaction mais avec une économie en plus.

Figure n° 02 : Pyramide de Maslow



Source : Cours de Marketing, 4ème Année, Département Gestion, A.U 2010-2011

Ecouter de la musique, regarder un film, utiliser des logiciels de dernier cri font partie des besoins de l'homme que Maslow, un psychologue américain décrit comme un besoin de réalisation de soi, où l'homme cherche à développer et à approfondir ses connaissances. La théorie de

Maslow énonce que chaque besoin doit être totalement satisfait, de l'ordre physiologique à la sécurité, ensuite l'appartenance, puis la reconnaissance et enfin, l'accomplissement de soi.

L'achat de produits de l'industrie musicale, cinématique et du logiciel est un besoin d'estime de soi pour affirmer sa position sociale. Effectivement, une personne riche pense qu'acheter un produit pirate nuit à son image et à sa position vis-à-vis de la société.

1.2. Recrudescence des sans emplois

La crise économique mondiale a occasionné de nombreuses pertes d'emploi. Pour Madagascar, la crise a occasionné la perte de 25000 emplois⁹. Cela est dû à la fermeture de plusieurs entreprises franches et à la politique de réduction des effectifs du personnel par les sociétés. Cette situation a favorisé l'augmentation des activités informelles. Les vendeurs de produits pirates n'ont cessé d'augmenter ces derniers temps. La pratique de ce délit est une issue pour eux, c'est facile et rentable. D'autant plus qu'avec l'émergence de nouvelles technologies, on peut graver les supports en grande quantité et en peu de temps.

Section 2. La disponibilité du produit

D'autres facteurs ont aussi concouru à la persistance du piratage comme l'insuffisance de point de vente mais aussi l'inadéquation en quantité de l'offre à la demande.

2.1. L'insuffisance des points de vente originaux

Certaines personnes ont souligné la difficulté d'accès aux produits originaux. En fait, dans la capitale, on ne dispose que de quelques points de vente : Super music, Rom's music, Tolimana music, les grandes surfaces,..., alors que les pirates sont disponibles dans tous les quartiers et marchés de la ville. Les produits authentiques ne couvrent pas la demande des consommateurs au niveau produit et distribution. D'après les déclarations de production, les œuvres musicales varient de 100 à 1000 exemplaires et les œuvres cinématographiques entre 1000 à 25000 exemplaires. La production de disque est en quelque sorte en fonction de la notoriété de l'artiste ou de la maison de production.

2.2. L'insuffisance de l'offre par rapport à la demande

Les nouveaux artistes produisent des œuvres en petite quantité tandis que les artistes en pleine célébrité produisent des œuvres en quantité importante. Cette situation concerne tous les acteurs du domaine de la création : les auteurs, les maisons de productions. Prenons le cas de la

⁹ L'Express de Madagascar n°4972, du 19 juillet 2011

société de production Scoop digital, leader sur le marché de la production cinématographique Malagasy : pour un nouveau film sur VCD ou DVD, il déclare 25000 produits à lancer sur le marché.

Du côté financier, la réalisation et la duplication d'une telle œuvre excède largement d'une centaine de millions, pourtant par rapport au nombre de la population et celui des consommateurs, ces produits sont également insuffisants. Même si les consommateurs ont la volonté d'acheter les produits originaux, ils sont enclins à se contenter des produits contrefaits et à bas prix du fait de cette insuffisance.

Section 3. La méconnaissance de valeur de l'œuvre

Les producteurs ainsi que les consommateurs ne reconnaissent pas à leur juste valeur les œuvres protégées, nous allons parler de ces situations dans les sous sections suivantes.

3.1. Au niveau des producteurs

Les titulaires de droit ont aussi leur part de responsabilité. Quelques maisons de production commercialisent leurs produits sans avoir déposé et déclaré leurs œuvres à l'OMDA. C'est sans doute dans le but de dépenser moins et d'obtenir un maximum de profit. En général, ce sont les artistes ou maisons de production qui débutent leur carrière. Ils exposent leur produit au piratage en les mettant sur le marché, dépourvu d'hologramme et incitent par la même occasion les contrefacteurs à commercialiser leur produit.

3.2. Au niveau des consommateurs

Pour sa part, le consommateur de produit contrefait ne pense qu'à la satisfaction qu'il obtient du produit sans prendre conscience des conséquences de son achat sur le milieu artistique et de la production audiovisuelle. Pour lui, c'est un produit identique à l'œuvre originale même si c'est illégal.

Section 4. Non-respect de la peine édictée par la loi

Cette section explique la réalité sur l'application des textes concernant les droits d'auteurs surtout sur les sanctions et les peines énoncées dans la loi sur la propriété littéraire et artistique. En principe, les titulaires des droits tels que le producteur ou l'auteur sont les premiers à pouvoir demander à entamer la procédure de poursuite judiciaire après l'OMDA. Pour cela, ils doivent

d'abord fournir la preuve de titulariat de l'œuvre et la justification de l'existence de leurs droits sur les œuvres piratées.

Pourtant, après établissement de procès verbaux à l'encontre des vendeurs de pirates et la saisie des produits pirates ainsi que les machines qui ont servi à l'acte, la sanction pénale encourue par le pirate n'est pas relative à la peine d'emprisonnement de six(6) mois à 5(cinq) ans énoncée par la loi.

Cependant, il manque de moyens matériels et financiers car les coûts de ces opérations sont très conséquents pour l'entreprise, et d'autant plus qu'il n'y a pas de budget précis alloué à la lutte contre le piratage.

Toutes ces contraintes ont contribué à la persistance du piratage dans l'industrie du disque. Ils ont fait que les sanctions pénales ne sont pas respectées. Après l'accomplissement des procédures de poursuites par l'OMDA et les auteurs, les étapes qui suivent comme les décisions de justice sur la durée de la peine (emprisonnement et/ou amende) qui doit être encourue en prison ne sont pas conformes à ce que la loi décrit.

Dans la plupart des cas, le pirate est relâché en liberté provisoire. L'OMDA a donc besoin de consolider sa relation avec les autorités, les forces de l'ordre et les tribunaux pour parvenir à l'application effective de la loi.

Chapitre 9. RECOMMANDATIONS

Vu les différentes analyses portées sur cette étude, des recommandations pour la population, pour les artistes et producteurs et surtout pour l'OMDA doivent être proposées pour l'amélioration de ses activités dans la lutte contre le piratage.

Section 1. Les actions à entreprendre au niveau de L'OMDA

Afin de poursuivre cette lutte, l'OMDA devra intervenir par le renforcement de la campagne d'information et de sensibilisation ainsi que le recrutement de personnel et la mise en place d'un système de contrôle de la production de supports mécaniques.

1.1. Renforcer la campagne d'information et de sensibilisation

Cette campagne concerne un plan d'action qui sera mené avec les média afin d'informer et de convaincre le public d'acheter des produits originaux.

1.1.1. Description

Les consommateurs devraient avoir l'esprit plus ouvert, dans le sens où, ils apparaissent comme les principaux exploitants des œuvres littéraires et artistiques. Il est important qu'ils puissent apprendre à payer le prix, à être reconnaissants envers celui qui a créé l'œuvre. Il est vrai que le changement de comportement nécessite beaucoup de temps et d'effort. Toutefois, un tel objectif ne serait jamais atteint sans une campagne médiatique très efficace axée sur la conscientisation des consommateurs et l'importance du choix des produits originaux.

A cet effet, l'Etat d'un côté et les sociétés de mass medias d'un autre côté doivent collaborer étroitement afin que le message soit bien reçu par la cible visée.

En outre, l'OMDA définit les grandes lignes, le thème, les objectifs, les canaux de transmission ainsi que le planning de cette sensibilisation. Les mass media assurent de leur côté la réalisation technique de la campagne, à savoir la mise en support et surtout la diffusion.

Si les pratiquants de la piraterie exercent encore leurs activités illicites jusqu'à maintenant, c'est qu'il y a toujours de la demande au niveau du marché. Cela a été prouvé lors de cette enquête et se reflète par l'existence en masse des vendeurs de produits « pirates » dans tout le pays. Par conséquent, il n'appartient pas uniquement à l'OMDA de réaliser cette campagne mais il incombe aussi aux auteurs, aux artistes et aux producteurs pour faire comprendre le bien-fondé d'acheter, de commercialiser ou de consommer des produits originaux.

1.1.2. Réalisation

Pour mieux réaliser cette recommandation, nous nous sommes renseignés auprès des sociétés de mass média dont la presse écrite, la télévision, et la radio afin de connaître leurs tarifs sur la diffusion publicitaire. Dans un premier temps, nous avons choisi le quotidien d'information « Gazetiko », qui est parmi les journaux les plus achetés dans le pays du fait que son prix est plus abordable que les autres. Ensuite, nous avons retenu les chaînes nationales pour la diffusion en grande couverture des spots d'animation et de sensibilisation. Voici la fiche technique qui résume toutes ces activités.

	RUBRIQUES	CONTENU	Observations
1	Objectifs	Réduire le taux d'utilisation des produits pirates	
2	Message	« acheter des produits pirates : tue les auteurs »	
3	Cible	Homme et Femme Age : 15 ans et plus	
4	Durée campagne	1 mois	Début : 01 Septembre 2012 Fin : 30 Septembre 2012
5	Planning de diffusion et d'insertion.	Gazetiko : 3fois/semaine : Lundi, Mercredi, Samedi TVM et RNM : 3 fois/ semaine : Lundi, Jeudi, Vendredi	Bannière publicitaire en couleur sur la page de couverture, Spot de 30 secondes.

L'axe de cette information doit montrer toute l'importance jouée par l'industrie dans la recherche de nouveaux talents, les risques qui s'en suivent doivent être mis en valeur par un discours appelant à la responsabilité des consommateurs sans pour autant se vouloir moralisateur en recréant le lien indispensable entre l'artiste et son public.

Le tableau suivant donne un simple aperçu sur le budget nécessaire retraçant les ressources et moyens nécessaires à la concrétisation de la campagne.

BUDGET PREVISIONNEL POUR LA CAMPAGNE D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION

RECETTES	MONTANT (en Ar)	DEPENSES	MONTANT (En Ar)
Subvention Etat	1 200 000	Insertion « Gazetiko »	1 493 000
Partenariat	1 200 000	Diffusion TVM	600 000
		Diffusion RNM	120 000
		Divers	187 000
Total	2 400 000	Total	2 400 000

En consommant l'original, le public contribue à la promotion de la culture, au bien-être des artistes qui vivront alors dignement de leur activité et participe au développement économique du pays. La mise en œuvre de cette campagne est très importante car la consommation des produits pirates augmente au fur et à mesure que le degré d'information est insuffisant.

1.2. Recrutement de personnel

Il est ici question de renforcement de l'effectif du personnel pour la perception des droits. Cet effectif en plus sera aussi utile pour coordonner les actions comme l'arrestation des contrefacteurs avec les éléments de la Brigade Anti Piratage.

Pour ce faire, l'OMDA doit suivre les procédures de recrutement :

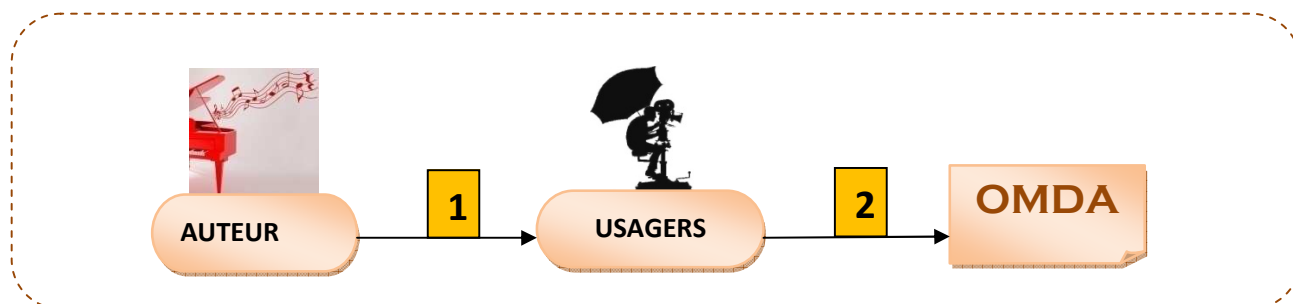
- Par la publication d'une offre d'emploi détaillant les profils requis, dans un journal, par exemple
- La sélection des candidats retenus à faire une entrevue
- L'entretien avec les candidats
- L'embauche des candidats répondant aux exigences du poste

1.3. Mise en place d'un système de contrôle de la production

Pour mieux réaliser ce dispositif, rappelons les démarches à suivre avant la commercialisation d'un produit. Celles-ci commencent par la naissance d'une œuvre chez l'auteur, passant par la production de cette œuvre par une maison de production qui s'occupe à son tour de la mise en support, la déclaration chez l'OMDA et la distribution. Le but de ce système est donc d'instaurer une gestion collective plus efficace des droits d'auteur.

Le schéma suivant résume les démarches citées ci précédemment :

SCHEMA n° 02 : Démarche de l'œuvre



Source : Auteur (2012)

1 : L'auteur confie la production de son œuvre à son producteur

2 : Les auteurs déclarent et déposent les œuvres à l'OMDA qui délivre une autorisation d'exploitation. C'est à ce niveau que le producteur paie le droit d'auteur.

Le problème se situe dans le stade numéro 2, l'OMDA ne dispose pas d'une procédure permettant de valider les déclarations faites. La faille du système actuel est que les usagers (producteur, organisateur de spectacles, mass média, entités diverses) eux-mêmes effectuent leurs propres déclarations, en quelque sorte ils sont juge et parti. A cet effet, ils remplissent la fiche de déclaration ou fiche de programme selon leurs préférences.

C'est pourquoi il faut intervertir ce système : c'est l'agent de l'OMDA qui va réaliser cette déclaration. Alors, les doutes sur une fausse information seraient moins importants. Cette nouvelle démarche commence par une descente pré production au cours de laquelle l'agent de l'OMDA collecte les fiches de production ou de programme a priori. Dorénavant, le contrôle de l'exploitation des œuvres est simplifié car on peut établir une certaine logique entre les informations déclarées et la réalité. Prenons un exemple sur une station radio : chaque vendredi, le responsable de programmation doit établir la liste des chansons qui vont être diffusées pour la semaine à venir. Celle-ci n'est pas une opération difficile grâce à l'utilisation des logiciels et des lecteurs multimédias informatisés.

Section 2. Rétablir un climat de confiance entre les acteurs concernés

Parmi les principaux acteurs concernés par le piratage figurent-les pirates, multipliant les œuvres illégalement ainsi que les producteurs, partenaires et investisseurs de l'industrie du disque.

2.1. Instaurer un climat d'insécurité aux pirates

Afin de rétablir l'environnement audiovisuel, nous devons rendre opérationnel la brigade anti - piratage. Les pouvoirs publics doivent prendre leurs responsabilités en prenant des mesures rigoureuses en vue de sanctionner la contrefaçon au même titre que les infractions pénales. Comme cette infraction relève également du domaine civil, il est nécessaire d'imposer des amendes lourdes à ses auteurs à titre de dommages intérêts à reverser aux artistes qui en sont victimes. Un arrêté interministériel a déjà été signé en vue de créer une brigade anti-piratage composée des officiers et agents de police judiciaire (policier, gendarme) et des agents assermentés de l'OMDA. Sa mission est de vérifier, contrôler et poursuivre toute personne violant les dispositions du texte n°094-036 du 18 septembre 1995 portant sur la propriété littéraire et artistique.

Même si la brigade Anti-piratage à Madagascar dispose déjà d'un bâtiment servant comme siège, cette entité n'as pas encore vu le jour pour diverses raisons à savoir le défaut de matériel et de moyens humains et financiers. De plus, le texte qui régit l'organisation, l'activité de cette brigade n'est pas encore adoptée. Nous allons essayer d'apporter quelques recommandations à chaque situation. D'abord, nous savons que les éléments qui devraient composer cette brigade sont issus des entités qui possèdent déjà des matériels, des moyens, des procédures similaires dont on a besoin, ne citons par exemple que les véhicules. La brigade anti-piratage doit coopérer avec ces entités pour démarrer ses activités en attendant ses propres moyens. L'Etat, à travers la Ministère de la Culture doit faciliter et intervenir tout au long de cette coopération pour obtenir un bon

résultat. Nous remarquons que cette solution n'est valable que pour les matériels mais que doit-on faire pour les ressources financières qui sont une condition primordiale pour que la brigade Anti-piratage soit opérationnelle ? La réponse à la question précédente dépend en fin de compte de l'adoption de la loi qui régit cette brigade¹⁰. Cette loi stipule ses missions, ses objectifs et les moyens attribués à savoir les moyens matériels, financiers, de communication et en particulier ceux des ressources humaines en nombre conséquent afin de coordonner ses actions à venir sur le terrain.

D'après les conférences de presse¹¹ menées par cette entité, elle est au même titre que l'OMDA une structure rattachée au Ministère de la Culture et du Patrimoine, composée d'agents de police, de gendarmes, de magistrats, de techniciens et de bien d'autres qui vont prendre des mesures répressives pour concrétiser la lutte contre le piratage. Puisque l'Etat s'est engagé à la lutte contre le piratage. Cette lutte ne serait efficace sans la collaboration avec toutes les collectivités territoriales décentralisées afin de déraciner ce phénomène. A partir des chefs « fokontany », on peut obtenir des renseignements sur les personnes qui pratiquent le piratage. C'est à partir de ces informations que la Brigade Anti Piratage ou l'OMDA peut passer à l'action sur l'arrestation des contrefacteurs. Concernant l'application de la loi évoquée dans la discussion, les responsables de cette cellule comme les magistrats pourront s'occuper de suivre la procédure judiciaire depuis l'arrestation du contrevenant, son déferrement en cas de non paiement de l'amende jusqu'à la prononciation de la sanction afin que la législation soit appliquée comme il se doit. Cette brigade est bénéfique non seulement pour les maisons de production pour la poursuite des pirates mais aussi pour l'OMDA pour le suivi des produits originaux sur le marché par la vérification de l'hologramme.

2.2. Instauration d'un climat de sécurité aux investisseurs de l'industrie du disque

Les investisseurs regroupent tous les acteurs de la filière relative à la production de disque. Ils sont frappés par plusieurs taxes comme la taxe sur les importations des instruments et matériels de production, la taxe sur la valeur ajoutée. Ces équipements devraient avoir une franchise de taxe par l'administration puisqu'ils sont destinés à la production de bien culturel. Cependant, cette disposition peut s'appliquer uniquement aux investisseurs qui sont renommés dans le domaine et qui investissent beaucoup de capitaux. L'Etat peut par exemple exonérer ces types de matériels aux maisons de production qui produisent beaucoup de disques. Les deux sections ci-dessous soulignent d'abord les actions que peuvent faire l'OMDA pour améliorer la lutte contre le piratage.

¹⁰ Arrêté inter-ministériel 12226 du 17 juillet 2006 sur le renforcement de la lutte contre la contrefaçon

¹¹ Le 26 Avril 2012, lors de la célébration de la Journée Mondiale de la Propriété Intellectuelle dans l'enceinte de la bibliothèque nationale

Puis, nous avons retenus qu'il est important de créer un climat favorable pour les investisseurs et les partenaires de cet office. Mais nous pouvons aussi envisager les recommandations suivantes pour les producteurs.

Section 3. Recommandations au niveau des producteurs

Les producteurs ont également leur part de responsabilités afin de protéger le marché des produits audiovisuels face au piratage.

3.1. Rechercher un prix de convenance adéquat pour le marché

Après avoir conduit une enquête auprès de l'échantillon des consommateurs, le dépouillement des sondages a révélé que non seulement la quasi-totalité des consommateurs propose la diminution du prix des produits originaux mais ils avancent également un prix avec lequel ils sont prêts à acheter ces produits originaux.

Par conséquent, il est nécessaire d'aligner le prix de vente par ce prix psychologique. Ce dernier est entre Deux mille (2000) Ariary pour les VCD et de Quatre mille (4000) Ariary pour les DVD. De nos jours, même les familles les plus défavorisées ont des matériels comme les lecteurs CD. Si les maisons de production souhaitent gagner de nouveaux consommateurs, ils peuvent opter pour cette politique. Mais nous ne pouvons pas oublier que la fixation du prix ne se fait pas seulement en fonction du prix d'acceptabilité. Le producteur doit aussi tenir compte :

- Des coûts : le prix de vente d'un produit dépend de son coût de revient. Ce coût est formé d'une partie fixe (indépendant du volume de production et de vente) et d'une partie variable (plus ou moins proportionnelle à ces mêmes volumes).
- De la demande : en fonction des ventes précédentes et du pouvoir d'achat compte du consommateur
- De la concurrence : pour aligner ou différencier le prix

3.2. Multiplier le circuit de distribution des produits originaux

Constatant l'insuffisance des points de vente des produits originaux, il est important de les multiplier pour que les consommateurs puissent trouver des distributeurs à proximité. Nous savons déjà que cette situation est l'un des facteurs qui favorisent le marché de la piraterie audiovisuelle. Créer de tels points de vente permet d'abord de se concurrencer avec les vendeurs illégaux, ensuite, d'inciter peu à peu le changement de comportement des consommateurs. La réalisation de cette opération nécessite l'engagement de diverses entités, exige l'implication de différents responsables et requiert des grands efforts parce que le piratage a une envergure nationale. D'où,

les points de vente créés devraient être à la hauteur de cette étendue. En parlant de circuit de distribution, deux choix existent actuellement : soit, nous allons utiliser les réseaux déjà existants comme les grandes surfaces, les stations services, soit créer un nouveau circuit.

Conclusion partielle

La dernière partie du mémoire se focalise sur l'analyse des résultats obtenus lors de l'enquête, c'est – à – dire, une interprétation de l'analyse FFOM de l'entité et d'une discussion sur les points forts et les points faibles. Ensuite, il y a eu également l'interprétation des résultats de l'enquête des consommateurs et des limites qui font obstacle à la lutte contre le piratage. Nous avons vu à travers les trois chapitres de cette partie que chaque acteur dans la lutte contre le piratage joue un grand rôle pour réussir les actions à entreprendre. A part le développement du partenariat de l'OMDA avec plusieurs organismes et l'existence des démembrements régionaux, les discussions émises parlent l'opportunité que possède cet office sur la capacité d'effectuer des saisies des matériels de reproduction illégales, des arrestations des contrefacteurs. Pourtant, à côté des efforts déployés par l'Etat, les artistes, les producteurs, la prolifération des œuvres piratées gagnent encore le marché de l'audiovisuelle à Madagascar. Les entretiens effectués auprès des artistes, des auteurs et des producteurs mettent en relief le besoin de créer plus de points de ventes et de distributeur des produits originaux à l'échelle nationale. Ils ont souligné que cette solution doit être réalisée avec plusieurs partenaires surtout l'Etat car la mise en place d'un tel circuit de distribution coûte plus cher.

Ensuite, les consommateurs que nous avons rencontrés lors des sondages ont leurs propres convictions. Certains ont conscience de l'importance du droit d'auteur et n'achètent que les produits originaux. D'autres groupes de consommateurs affirment que les prix des œuvres empêchent souvent le choix d'acheter des produits authentiques. Concernant les recommandations, il est d'abord important de multiplier la campagne d'information et de sensibilisation suivi par le recrutement de personnel surtout les agents de perception. Ensuite, l'OMDA doit renforcer et améliorer le système de contrôle de la production ainsi que l'exploitation des œuvres protégées. Nous avons souligné également l'importance d'établir un climat de confiance entre les acteurs concernés. Ces recommandations sont généralement à base des expériences professionnelles du personnel de l'OMDA, de connaissances des textes, de l'analyse et du contrôle de la gestion du droit d'auteur ainsi que le phénomène de piratage à Madagascar.

La conclusion générale suivante nous résume les trois grandes parties concernant la gestion des droits de propriété intellectuelle et l'attitude face au piratage dans les industries du disque, du logiciel et du cinéma.

CONCLUSION

Au terme de notre analyse, la thématique du droit d'auteur est incontestablement sous les feux de l'actualité nationale qu'internationale. Intimement liée aux développements des nouvelles technologies, la prospérité du droit d'auteur dans la société dite de l'information a été présentée à de nombreuses reprises comme un défi aux enjeux considérables. Nous avons constaté que le spectre de la propriété intellectuelle est très étendu. En son sein, la propriété littéraire et artistique occupe une place respectable et conséquente.

La première partie de cette recherche a montré un aperçu de l'organisation juridique du droit d'auteur à Madagascar après avoir défini les principaux acteurs concernés par la production musicale et cinématographique. Cette vision a été complétée par la présentation de l'organisme qui joue un rôle dans le respect du droit d'auteur et des sanctions afférentes à sa violation en vue d'une meilleure protection. La législation en vigueur est très diverse dont les conventions internationales, la loi, les décrets et arrêtés. L'unification du droit a favorisé son expansion qui, dans l'ensemble de la société, s'est traduite par une hausse très significative du recours au règlement judiciaire des différends, par une prolifération des règles juridiques et par une spécialisation du droit. Le droit de propriété intellectuelle incluant le droit d'auteur figure parmi la multitude de droits et de même nature que le droit administratif, droit commercial, droit fiscal ou les autres types de droits.

Ces textes de lois ainsi que les informations obtenues de tous les documents concernant le piratage des œuvres littéraires et artistiques par l'intermédiaire de la bibliographie (livres, articles, documents, etc...), la webographie ont été d'une aide précieuse, du commencement jusqu'à la finalisation de ce mémoire. Pour compléter la documentation, il a fallu effectuer des entretiens auprès des consommateurs d'œuvres sur support. Un logiciel adéquat au traitement et l'analyse des résultats obtenus a été utilisé avec le diagnostic SWOT. Toutes ces activités ont suivi un chronogramme d'exécution des tâches bien précises.

Après avoir compris le cadre théorique, il a fallu passer au cadre pratique par l'entretien professionnel et l'enquête sur terrain par l'utilisation de questionnaire. En principe, l'OMDA est un établissement chargé de répartir les droits pécuniaires des auteurs afin de faciliter leur perception auprès des usagers. Mais l'apparition du piratage a rendu sa mission plus complexe et a étendu son champ d'action. Aujourd'hui, quand on parle de piratage, la population se réfère tout de suite à l'OMDA.

L'Etat intervient de plus en plus par l'élaboration de nouveaux textes de loi suivant la conjoncture actuelle en matière de droit d'auteur comme la mise en place d'une Brigade Anti-piratage. Toutefois, c'est dans l'application de ces différents textes que se pose le problème, faute de moyen matériel mais surtout financier et en ressource humaine.

C'est dans la deuxième partie de cette recherche que la matrice SWOT retraçant les forces, faiblesses, opportunités et menaces de l'OMDA et les résultats de l'enquête ont été présentés. L'enquête a permis d'examiner comment l'arsenal juridique déployé et le phénomène de la piraterie est perçu par le public. En effet, il semble que le consommateur devienne de plus en plus acteur de sa propre consommation, acteur auquel on demande d'opérer des choix dans les produits consommés (culturels, alimentaires...) et dans leur mode de consommation, (notamment, pour ce qui nous concerne, dans le choix de l'option licite ou non).

Dans la dernière partie, des discussions ont été entamées afin d'établir un lien entre les résultats obtenus et les hypothèses initiales. Par cette phase, ces dernières ont été confirmées : une lutte efficace contre le piratage dépend de l'application rigoureuse de la législation en vigueur, le prix est un facteur déterminant dans la décision d'achat des consommateurs des œuvres fixées sur CD, VCD et DVD. Emmanuel Kant (Eléments métaphysiques de la doctrine de droit) disait que « Pour qu'une action soit légale, il suffit qu'elle soit conforme à la loi ; mais pour qu'elle soit morale, il faut en outre qu'elle ait l'idée du devoir que prescrit la loi ». Des recommandations ont été émises en fonction des résultats obtenus afin de contribuer à solutionner le piratage. Ces solutions portent principalement sur l'opérationnalisation de la Brigade Anti-piratage, l'information et la sensibilisation du public sur la menace que le piratage représente sur l'environnement culturel ainsi que l'importance de l'investissement dans la production sonore et audiovisuelle, l'alignement de prix de vente au prix psychologique. Ces conseils ne sont que des exemples mais bien d'autres ont été apportés.

La lutte contre le piratage est un long parcours de combattant. Beaucoup sont les efforts accomplis mais ils sont insuffisants. Le marché du disque est en pleine crise. Alors que nous sommes en présence de produits authentiques et illicites, l'enquête que nous avons réalisée a démontré le fait que les consommateurs ont une grande sensibilité au prix. Nous avons aussi constaté que la peine principale au délit de contrefaçon est rarement appliquée en matière de droit d'auteur.

Le piratage enveloppe des aspects particuliers. Il ne fait aucun doute que cette pratique relève d'une activité organisée. En effet, ces personnes allouent un investissement considérable dans cette activité.

Il est difficile d'obtenir des renseignements sur les véritables fournisseurs de produit illicite, du fait de leur organisation à dissimuler toutes les traces avant l'arrivée des autorités compétentes. C'est une activité rentable, facile à mettre en œuvre à cause de l'évolution des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication. Vu l'importance des saisies jusqu'ici réalisées, il est clair que les auteurs de cette activité engrangent des profits énormes au détriment de l'Etat auquel ils ne reversent aucune somme à titre d'impôt. Ils portent également atteinte à l'OMDA qui ne perçoit pas de redevance, aux artistes qui voient leur revenu diminuer au fil des ans ainsi qu'à l'industrie locale du divertissement.

Quoiqu'il en soit, nous devons toujours continuer pas à pas même si de nombreux facteurs font frein comme la mentalité du public, l'intérêt financier des contrefacteurs, la décision du juge sur le sort des contrefacteurs. Mais quels que soient les plans d'actions mis en œuvre par les responsables, la lutte ne sera efficace sans la prise de responsabilité de tout un chacun, de l'Etat incluant les pouvoirs publics (juges, autorités douanières, forces de l'ordre,...) de chaque citoyen. Pour cela, il faut pouvoir compter sur le bon sens et l'esprit patriotique de tout un chacun.

Ce travail de fin d'études n'est rien d'autre qu'une initiation à l'univers du droit d'auteur qui est dominé par un ensemble de techniques juridiques et dans la pratique, victime d'une infraction. Ainsi, au niveau culturel, on a vu apparaître sur le marché local du divertissement des œuvres de natures variées et à la qualité douteuse : des œuvres de contrefaçon.

Une nouvelle forme de piratage commence à gagner du terrain à Madagascar. Nous ne pouvons pas nier le fait que l'OMDA a fait de son mieux pour réduire la propagation de supports des œuvres artistiques illicites sur le marché. Il s'agit de la copie d'œuvre en MP3, format de compression, abréviation de « Motion Picture Experts Group, Audio Layer 3 » sur d'autres supports servant de produits de substitution au support mécanique, et ceux à moindre prix. Malgré qu'il puisse s'agir de copie privée, le caractère commercial de cette forme de partage reflète que cela porte préjudice aux auteurs respectifs de ces œuvres. Sans oublier les produits de substitution qui ne font pas partie du marché, mais représentent une alternative à l'offre. Il s'agit de produits différents, répondant à un même besoin tels que les clés USB et le téléphone mobile. Dans les faits, l'augmentation du prix du produit principal tel que le disque provoque en conséquence l'augmentation de la quantité vendue du produit substitut.

A part ça, avec le téléchargement de musique et de film sur internet qui a une répercussion sur la vente physique de CD, VCD et DVD, le droit d'auteur est devenu un enjeu majeur dans le système économique mondial des l'industrie du disque, du logiciel et du cinéma.

Contrairement à l'avancée galopante de la communication au niveau international, la culture à Madagascar est souvent considérée à tort comme un domaine de rang inférieur et en dehors du processus de développement. Nous assistons depuis quelques années à une reconnaissance croissante du fait que la culture est essentielle au développement et au bien être de l'humanité.

En effet, l'avancement des pays développés témoignent de l'impact positif du rôle de la culture dans le développement. D'ailleurs, notre pays n'est pas le seul à être touché par la contrefaçon, mais elle a une envergure internationale. En France, la forme de piratage la plus fréquente est le bootlegs, enregistrements non autorisés de concerts en direct ou de concerts radio télédiffusés. C'est le film qui est le plus souvent touché par cette reproduction. Les contrefacteurs utilisent des appareils d'enregistrement comme une caméra ou un téléphone portable, difficiles à déceler dans les salles de cinéma, lors de la première projection, avant la sortie officielle de l'œuvre. Dans la plupart des cas, les bootlegs sont le produit de l'enregistrement réalisé par un fan, et conditionné sous la forme d'un compact disque (CD).

Par ces faits, les industries du disque, du logiciel et du cinéma connaît des pertes considérables. Néanmoins, les législations sur le droit d'auteur sont à peu près les mêmes mais c'est au niveau de leur application qui est différent en fonction des stratégies de chaque pays.

A notre avis, si les consommateurs de produits illégaux sont en grand nombre malgré les discours et efforts de sensibilisation, c'est parce qu'ils n'accordent pas assez d'importance à cette stratégie de communication répressive. Il serait donc intéressant d'orienter le message vers une notion plus respectueuse. Le message pourrait se focaliser sur l'appel à la responsabilité des consommateurs sans pour autant se vouloir moralisateur, en recréant le lien indispensable entre l'artiste et son public.

Cependant, la solution la plus efficace et la plus pérenne est la création d'emplois permettant d'augmenter le niveau de vie de la population afin que tout un chacun puisse acheter les produits authentiques. Cela dépend surtout du développement économique du pays. Tous les pays du monde sont victimes de contrefaçon mais c'est sa manifestation qui est différente.

L'Etat, à travers l'OMDA, devrait aussi songer à organiser une protection contre les atteintes au droit d'auteur sur internet qui commence à gagner du terrain ces derniers temps. Le sujet de la piraterie est très sensible au public, le souci repose surtout sur le fait de protéger les œuvres littéraires et artistiques sans pour autant contraindre à la liberté de chaque citoyen mais aussi face au développement de la technologie à l'heure actuelle. Une protection trop excessive pourrait paralyser l'exploitation d'une œuvre.

Lors de cette étude, nous avons distingué différents degrés de piraterie. Cette pratique se fait à un niveau individuel. Il existe des individus qui font un acte d'achat dicté par le respect de la loi et des catégories d'individus qui agissent en toute connaissance de cause tout en admettant le caractère illégitime de leur comportement. Un autre degré de piratage est au niveau de l'entourage.

A ce stade de l'échelle de piratage ou de contrefaçon, l'individu est considéré en perspective avec son contexte relationnel; il est ancré dans un réseau d'interactions, et c'est au sein de ce réseau que les actes délinquants s'inscrivent : la personne copie des CD ou des cassettes puis les distribue à son entourage contre rémunération.

Une autre situation est ce dont ce thème est focalisé, sur la reproduction mécanique en grand nombre d'œuvres littéraires et artistiques, en vue de les commercialiser sur le marché illicite. Cette dernière a pris une forme industrielle mais aussi internationale.

Cette étude permettra au niveau social, non seulement d'avoir une compréhension plus précise de l'émergence du marché illégal des œuvres artistiques, mais aussi, permettra aux artistes musiciens de se rendre compte des limites de leurs actions de lutte contre le piratage, et d'envisager des mesures plus efficaces et adaptées à la réalité. Sur le plan personnel, elle constitue une épreuve de plus dans l'évaluation de nos acquis. Elle nous permet également d'aborder des réalités concrètes et de les analyser à l'aide d'une méthode scientifique rigoureuse afin de confronter de manière réelle nos connaissances théoriques à la réalité empirique.

BIBLIOGRAPHIE

A-Ouvrages généraux

- DEBBASCH, (C). Droit de l'audiovisuel, Paris 3^{ème} édition, Edition Dalloz, 11 rue Sufflot , 75240 Paris cedex 05, 1993,710 pages
- EDELMAN, (B). Droits d'auteurs Droits voisins, Paris, Edition Dalloz, 11 rue Sufflot , 75240 Paris cedex 05, 1993, 355 pages
- LUCAS, (A). Droit d'auteur et numérique, Librairie de la cour de cassation 27, place Dauphine-75001 Paris, Editions Litec, 1998, 355pages

B-Articles De Presses

L'Express de Madagascar n°4972, du 19 juillet 2011

C-Références Internet

§1-Organismes en lignes

OMPI (Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle) :

<http://www.wipo.org/>

CISAC (Confédération Internationale des Sociétés d'Auteurs et Compositeurs) :

<http://www.cisac.org/cisac/webcontent.nsf/homepage>

SACEM (Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique) :

<http://www.sacem.fr/>

§2-Articles et dossiers téléchargeable au format Acrobat™ Reader (.pdf)

Comment protéger une œuvre littéraire ou artistique en France, Institut National de la Propriété Industrielle, 2012 :

<http://www.inpi.org/> Protéger_œuvre_littéraire_artistique.pdf

II

“Piratage : un danger pour les artistes”, présenté par VAN WIN J., responsable de la lutte contre le piratage à la SABAM, 2001 :

[http://www.sabam.be/content_files/PUBLICATIONS%20SABAM%20\(FR\)/piratage.pdf](http://www.sabam.be/content_files/PUBLICATIONS%20SABAM%20(FR)/piratage.pdf)

D- Lois et règlements

- Loi N° 94-036 sur la propriété littéraire et artistique
- Arrêté inter-ministériel n° 31 074 sur l'apposition d'hologramme
- Arrêté inter-ministériel n° 12 226 Lutte contre le piratage
- Décret n° 98 - 434 du 16 Juin 1998 sur le Statut de l'OMDA
- Décret n° 98 - 435 du 16 Juin 1998 sur la perception

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : Guide d'entretien « OMDA »

Annexe 2 : Guide d'entretien « artiste et maison de production »

Annexe 3 : Hologramme

Annexe 4 : Organigramme de l'OMDA

Annexe 5 : Extrait de la Loi 94-036 portant sur la propriété littéraire et artistique

Annexe 6 : Questionnaire d'enquête sur le piratage

Annexe 7 : « Fanadihadihana momban'ny vokatra piraty »

Annexe 8 : Arrêté inter-ministériel : 12226 / 2006 Fixant des mesures renforçant la lutte contre la contrefaçon des œuvres littéraires et artistiques

ANNEXE 1

GUIDE D'ENTRETIEN « OMDA »

Nom :

Prénom (s) :

Fonction :

1. Qu'est - ce que l'OMDA ?

.....
.....

2. Depuis quand existe- t- il ?

.....

3. Quelles sont ses principales attributions ?

.....
.....
.....

4. Quelles sont les œuvres protégées par votre structure ?

.....
.....
.....

5. Qu'est ce que le droit d'auteur ?

.....
.....
.....

6. Ses compétences se limitent- elles aux seules œuvres produites à Madagascar ?

.....

7. Quelles sont les actions concrètes menées par votre structure vis-à-vis des produits piratés ?

.....
.....

8. Quels sont les problèmes que l'OMDA rencontre?

.....
.....

9. L'ensemble du personnel est- il engagé dans la lutte contre le phénomène de piraterie et de contrefaçon ?

.....
.....

10. Si non, existe- t- il une unité spécialisée au sein de votre structure dédié à cette fin ?

.....

11. De combien de membres est - elle composée ?

.....

12. Ont - ils reçu une formation particulière ?

.....

13. Cette unité dispose- t- elle de moyens adéquats ? Si oui, lesquels ?

.....
.....
.....

14. Quel est de nos jours, la forme ou le genre le plus piraté ?

Musique ?

Cinéma ?

Autre, précisez

15. Quels sont généralement les supports utilisés ? (avec des estimations chiffrées si possible)

.....
.....

16. Comment parvenez- vous à différencier les produits originaux de ceux contrefaits ?

.....
.....

17. Avez- vous une idée précise des techniques utilisées par les contrevenants ?

.....

18. Comment procèdent- ils ?

.....
.....

19. Avez- vous une idée de l'origine de ces produits ?

.....
.....
.....

20. Existe- t-il un partenariat entre vous et les organismes d'auteur des autres pays ?

.....
.....

ANNEXE 2

GUIDE D'ENTRETIEN « ARTISTE ET MAISON DE PRODUCTION »

1) Que pensez-vous du piratage ?

.....

2) Comment voyez vous l'application de la loi sur la propriété littéraire et artistique (droit d'auteur) ?

.....

3) Quel mesure avez-vous pris pour protéger votre œuvre ?

.....

4) Comment fixez-vous le prix de votre œuvre ?

.....

5) A votre avis, qu'est ce qui favorise le piratage ?

.....

6) Qu'est ce qui différencie une œuvre originale d'une œuvre pirate ?

.....

7) Quelle solution proposez-vous pour lutter contre le piratage ?

.....

8) Quel est votre avis sur la Brigade Anti Piratage ?

.....

9) Que pensez vous de la contribution de l'Etat dans la lutte contre le piratage ?

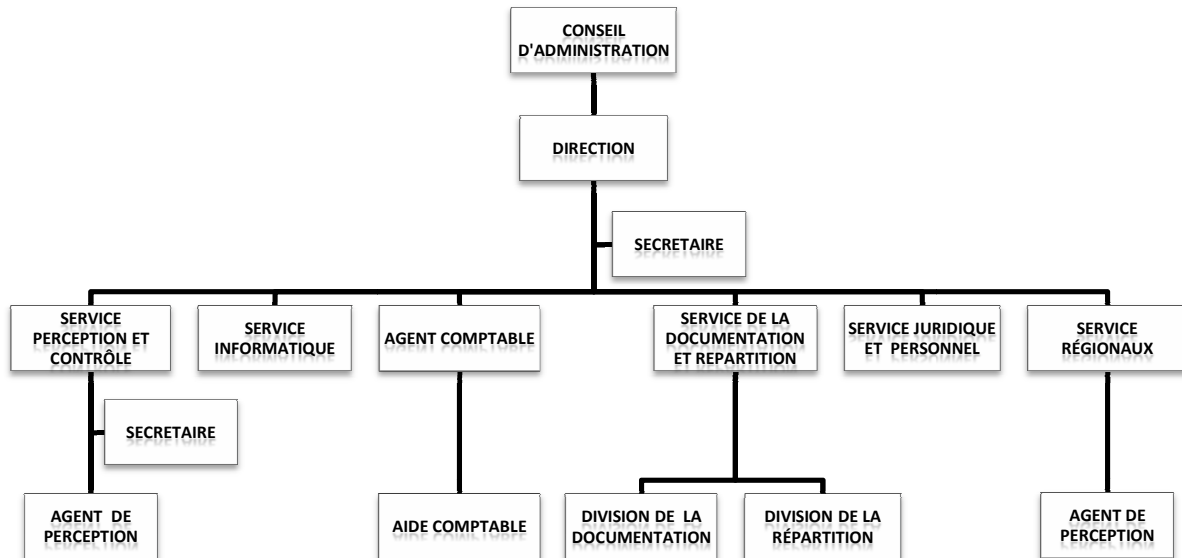
.....

ANNEXE 3
HOLOGRAMME



ANNEXE 4

ORGANIGRAMME DE L'OMDA



Source : OMDA

Description de chaque poste

L'office est doté de cinq services centraux :

- **Le service perception et de contrôle**

Il est divisé en deux, à savoir la perception des droits de diffusion et du contrôle ainsi que la perception des droits de reproduction des œuvres sur supports mécaniques. Ce dernier s'occupe de l'apposition d' « hologramme » sur les jaquettes des supports.

Ces services sont chargés d'établir des contrats avec les usagers et de percevoir les redevances.

- **Le service de documentation et de la répartition**

En contact direct avec les auteurs, reçoit leurs adhésions et les déclarations d'œuvres. Ce service s'occupe de la répartition des droits d'auteurs sur la base des sommes perçus.

- **Le service informatique**

Conçoit et développe les applications informatiques suivant les besoins de chaque service. Il est chargé de la formation du personnel sur l'utilisation des outils informatiques.

- **Le service juridique et du personnel**

Règle les conflits entre les auteurs et les usagers ou entre auteurs et auteurs. Notons que l'OMDA ne joue qu'un rôle de conciliateur et non de juge. Il gère également les ressources humaines (avantage du personnel, promotion,...) et les affaires sociales.

- **L'agence comptable**

A pour mission de gérer les ressources et les dépenses de l'office, de procéder aux paiements des droits d'auteurs selon le calcul fait par le service de répartition. Ce service procède aussi au paiement des allocations d'entraide aux auteurs.

- **Service régionaux**

Formés par les agences représentants au niveau de chaque province pour la collecte des droits

ANNEXE 5

**EXTRAIT DE LA LOI 94-036 PORTANT SUR LA PROPRIETE LITTERAIRE ET
ARTISTIQUE****Dispositions pénales**

Article.143- Toute édition d'écrits, de composition musicale, de dessin, de peinture ou de toute autre production, imprimée ou gravée en entier ou en partie et toute autre production relevant des droits voisins comme le vidéogrammes et phonogrammes au mépris des lois et règlement relatifs à la propriété des auteurs, aux titulaires des droits voisins est une contrefaçon et toute contrefaçon est un délit.

La contrefaçon sur le territoire Malagasy, d'ouvrages et d'objets protégés parles droits voisins publiés à Madagascar ou à l'étranger, est punie d'une amende de 100.000 FMG à 10.000.000 FMG et/ou d'un emprisonnement de six mois à cinq ans.

Seront punis des mêmes peines le débit, l'exportation et l'importation des ouvrages et des objets protégés par les droits voisins contrefaits.

Article 144- Est également un délit de contrefaçon toute exploitation stipulée au Titre II chapitre II de la loi sur la propriété littéraire et artistique et livre II concernant les droits voisins, par quelque moyen que ce soit, d'une œuvre de l'esprit ou d'un objet protégé par les droits voisin en violation des droits de l'auteur ou des droits voisins tels qu'ils sont définis et réglementés par la loi.

Article.145- Est punie d'un emprisonnement de six mois à cinq ans et/ou d'une amende de 100.000 FMG à 1.000.000 FMG toute fixation, reproduction, communication ou distribution au public, à titre onéreux ou gratuit ou toute télédiffusion d'une prestation, d'un phonogramme, d'un vidéogramme ou d'un programme réalisée sans l'autorisation lorsqu'elle est exigée de l'artiste-interprète, du producteur de phonogrammes ou de vidéogrammes ou de l'entreprise de communication audiovisuelle.

Est punie des mêmes peines toute importation ou exportation de phonogrammes ou de vidéogrammes réalisée sans l'autorisation du producteur ou de l'artiste interprète lorsqu'elle est exigée.

Est puni de la peine d'amende prévue au premier alinéa le défaut de versement de la rémunération due à l'auteur, à l'artiste- interprète ou au producteur de phonogrammes ou de vidéogrammes au titre de la copie privée ou de la communication publique ainsi que la télédiffusion des phonogrammes.

Article 146- La peine sera deux ans à cinq ans d'emprisonnement et/ou d'une amende de 1.000.000 FMG à 20.000.000 FMG s'il est établi que le coupable s'est livré habituellement aux actes visés aux trois articles précédents.

Article.147- En cas de récidive des infractions définies aux quatre articles précédents, les peines encourues seront portées au double.

En outre, le tribunal ou la cour pourra ordonner soit à titre définitif, soit à titre temporaires, la fermeture de l'établissement exploité par le condamné.

Lorsque cette mesure de fermeture a été prononcée, le personnel doit recevoir une indemnité égale à son salaire, augmentée de tous les avantages en nature, pendant la durée de la fermeture et au plus pendant dix mois

Si les conventions collectives ou particulières prévoient après licenciement, une indemnité supérieure, c'est celle-ci qui sera due.

Toute infraction aux dispositions des deux alinéas qui précèdent sera punie d'un emprisonnement d'un à six mois et/ou d'une amende de 75.000 FMG à 750.000 FMG

En cas de récidive, les peines seront portées au double.

ANNEXE 6: QUESTIONNAIRE D'ENQUETE SUR LE PIRATAGE

Nom de l'enquêteur: _____

Date de l'enquête: _____

Heure de début: _____

Heure fin: _____ Fokontany: _____

Nom de l'enquête(e): _____

Prénoms de l'enquête(e): _____

1. Quel genre de produit avez-vous l'habitude d'acheter?

- 1.Original 2.Pirate

2. Pour quelle raison?

- 1.Meilleure qualité 2.Fiable
 3.Respect au droit d'auteur

La question n'est pertinente que si PRODUIT = "Original"

3. Pour quelle raison?

- 1.Prix abordable 2.Facile à trouver
 3.Aucune différence

La question n'est pertinente que si PRODUIT = "Pirate"

4. Qu'avez-vous l'habitude d'acheter?

- 1.Film 2.Clip
 3.Musique 4.Logiciel
 5.Tous ces types

5. Si 'Autre', précisez :

6. Qu'est ce qu'un artiste pour vous?

- 1.Personne islandaise 2.Inventeur
 3.Auteur 4.Créateur
 5.Educateur

7. Achetez-vous parfois des oeuvres "pirate"?

- 1.Oui 2.Non

La question n'est pertinente que si PRODUIT = "Original"

8. Si 'Oui', précisez :

- 1.Quand l'original est trop cher 2.Quand on ne trouve que chez les pirates
 3.L'original est difficile à trouver

9. Avez vous déjà acheté des oeuvres "originaux"?

- 1.Oui 2.Non

La question n'est pertinente que si PRODUIT = "Pirate"

11. Quelle solution proposez-vous?

- 1.Diminuer le prix de l'original 2.Collaboration avec les forces de l'ordre
 3.Incitation des pirates à vendre l'original 4.Information et sensibilisation

12. Quelle tranche de prix vous semble raisonnable?

- 1.2000-4000Ariary 2.4000-5000Ariary
 3.5000-6000Ariary

13. Avez vous déjà entendu parler de la Brigade Anti-Piratage?

- 1.Oui 2.Non

14. Si "Oui", quel message avez-vous reçu?

- 1.Il faut acheter l'original 2.Le piratage tue les artistes
 3.Aucun message

15. Que pensez-vous du piratage?

- 1.Vol 2.Détruit l'avenir artistique
 3.Egoïsme

16. Comment voyez-vous l'évolution du piratage?

- 1.En baisse 2.Stable
 3.En hausse

17. D'après vous, quel est la cause du piratage?

- 1.Manque d'application de la loi sur le droit d'auteur 2.Manque de prise de responsabilité (auteur et ayant droit)
 3.Il y a un réseau qui finance le piratage 4.Augmentation des sans emplois

19. D'après vous, Quel est l'impact du piratage?

- 1.Perte de l'auteur et ayant droit 2.Donne une mauvaise image de l'original
 3.Découragement de la créativité

<p>10. Si 'Oui', précisez :</p> <p><input type="radio"/> 1. Quand le prix me convient <input type="radio"/> 2. Quand j'aime l'oeuvre</p> <p><input type="radio"/> 3. Quand j'en ai vraiment besoin</p>	<p>18. Si 'Autre', précisez :</p> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div>
VOTRE IDENTITE	
<p>20. Sexe</p> <p><input type="radio"/> 1. Homme <input type="radio"/> 2. Femme</p>	<p>22. Quelle est votre Catégorie Socio-Professionnelle?</p> <p><input type="radio"/> 1. Cadre <input type="radio"/> 2. Travailleur</p> <p><input type="radio"/> 3. Employé de bureau <input type="radio"/> 4. Ouvrier</p> <p><input type="radio"/> 5. Etudiant <input type="radio"/> 6. Inactif</p>
<p>21. Votre âge?</p> <p><input type="radio"/> 1. De 15-25 ans <input type="radio"/> 2. de 26-34 ans</p> <p><input type="radio"/> 3. de 35-44 ans <input type="radio"/> 4. de 45-54 ans</p> <p><input type="radio"/> 5. 55 ans et +</p>	<p>23. Dans quel quartier habitez-vous?</p> <p><input type="radio"/> 1. Centre ville <input type="radio"/> 2. Périphérie</p>

ANNEXE 7: "FANADIHADIANA MOMBAN' NY VOKATRA PIRATY"

Anaran'ny mpanadihady: _____

Daty fanaovana fanadihadiana: _____

Ora niantombohana: _____

Ora nifaranana: _____ Fokontany: _____

Anaran'ny olona atao fanadihadiana:.....

Fanampiny:.....

<p>1. Iza amin'ireto no vokatra fividianao,</p> <p><input type="radio"/> 1."Original" <input type="radio"/> 2.Piraty</p> <p><i><taper ici la consigne></i></p>	<p>11. Inona ny vahaolana atolotrao hanafoanana ny piraty?</p> <p><input type="radio"/> 1.Ahena ny vidin'ny "original" <input type="radio"/> 2.Fiaraha-miasa amin'ny mpitandro filaminana</p> <p><input type="radio"/> 3.Fanentanana ny piraty hivarotra onjinaly <input type="radio"/> 4.Fanentanana ny mpanjifa</p>
<p>2. Inona no antony?</p> <p><input type="radio"/> 1.Tsara kalitao <input type="radio"/> 2.Azo antoka</p> <p><input type="radio"/> 3.Fanajana zoniny mpamorona</p> <p><i>La question n'est pertinente que si VOKATRA = ""Original""</i></p>	<p>12. Ohatrinona ny vidiny mety aminao?</p> <p><input type="radio"/> 1.2000-4000 Ariary <input type="radio"/> 2.4000-5000Ariary</p> <p><input type="radio"/> 3.5000-6000Ariary</p>
<p>3. Inona no antony ividiananao "piraty"?</p> <p><input type="radio"/> 1.Mora vidy <input type="radio"/> 2.Be mpivarotra</p> <p><input type="radio"/> 3.Mitovy ihany</p> <p><i>La question n'est pertinente que si VOKATRA = "Piraty"</i></p>	<p>13. Efa itanao ve ilay fanentanana nataon'ny Brigady miady amin' piraty?</p> <p><input type="radio"/> 1.Eny <input type="radio"/> 2.Tsia</p>
<p>4. Vokatra toy ahoana no tena fividianao?</p> <p><input type="radio"/> 1.Horonantsary <input type="radio"/> 2.Raki-kira</p> <p><input type="radio"/> 3.Hira <input type="radio"/> 4."Logiciel"</p>	<p>14. Raha "Eny", inona ny hafatra voarainao?</p> <p><input type="radio"/> 1.Tsy tokony hividy piraty <input type="radio"/> 2.Mamono ny artista ny piraty</p> <p><input type="radio"/> 3.Tsy misy</p>
<p>5. Valiny hafa:.....</p> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div>	<p>15. Ahoana ny fahitanao ny mpanao piraty?</p> <p><input type="radio"/> 1.Mpangalatra <input type="radio"/> 2.Mpanimba ny asa famoronana</p> <p><input type="radio"/> 3.Tia tena</p>
<p>6. Inona no atao hoe "artista" aminao?</p> <p><input type="radio"/> 1.Mpanan-talenta <input type="radio"/> 2.Mpahita vao</p> <p><input type="radio"/> 3.Mpamorona <input type="radio"/> 4.Mpanabe</p>	<p>16. Ahoana ny fahitanao ny fivoaran'ny piraty?</p> <p><input type="radio"/> 1.Nitombo <input type="radio"/> 2.Tsy mihetsika</p> <p><input type="radio"/> 3.Nihena</p>
<p>7. Efa nisy fotoana ve nividiananao vokatra piraty?</p> <p><input type="radio"/> 1.Eny <input type="radio"/> 2.Tsia</p> <p><i>La question n'est pertinente que si VOKATRA = ""Original""</i></p>	<p>17. Inona ny mety antony mampisy ny piraty?</p> <p><input type="radio"/> 1.Tsy ampy ny fampiharana ny lalana <input type="radio"/> 2.Tsy ampy ny fandraisana andraikitra</p> <p><input type="radio"/> 3.Misy manohana ara-bola</p>
<p>8. Valiny hafa:.....</p> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div>	<p>18. Valiny hafa</p> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div>
<p>9. Efa nisy fotoana ve nividiananao vokatra "original"?</p> <p><input type="radio"/> 1.Eny <input type="radio"/> 2.Tsia</p> <p><i>La question n'est pertinente que si VOKATRA = "Piraty"</i></p>	

10. Raha "Eny", inoza no antony?

- 1.Rehefa mety amikony vidiany 2.Rehefa tiaxo ilay sangan'asa
- 3.Rehefa tena ilaiko

19. Araka ny levitrao, noma no mety ho fihatraikaa'ny piraty?

- 1.Fatiantoka ho an'ny mpamorona 2.Mazome endrika ratsy ny kalitao'ny "original"
- 3.Fitoharan'ny asa famoronana

MOMBAMOMBA NY HADIHADIANA

20. Olona hadihadiana

- 1.Lshy 2.Vavy

22. Inona ny asano?

- 1.Tomponan'andraikitra ambony 2.Mpiasa tena
- 3.Mpiasa birao 4.Mpano esa tanana
- 5.Mpiantata 6.Tsymiasa

21. Firy taona ianao?

- 1.15-25 2.26-34
- 3.35-44 4.45-54
- 5.55 no mihosra

23. Teeram-ponerana

- 1.Tanan-dehibe 2.Ivelan'ny renivohitra

TABLES DES MATIERES

RESUME

AVANT PROPOS

REMERCIEMENTS

SOMMAIRE

LISTE DES ABREVIATIONS

LISTE DES TABLEAUX

LISTE DES FIGURES

GLOSSAIRE

INTRODUCTION GENERALE..... 1

PREMIERE PARTIE : MATERIELS ET METHODES 6

Chapitre 1. Présentation de la zone d'étude 6

 Section 1 : Sites et justification d'études..... 6

 1.1. Sites d'études..... 6

 1.2. Justification 7

 Section 2. L'Office Malagasy du Droit d'Auteur (OMDA)..... 7

 2.1. Historique 7

 2.2. Missions..... 8

 2.3. Activités..... 8

 2.4. Actions entreprises 8

Chapitre 2. Les droits de propriété intellectuelle 9

 Section 1. La Propriété Industrielle 9

 Section 2. La Propriété Littéraire et Artistique 9

 Section 3. Le droit d'auteur 10

 3.1. L'auteur 10

 3.2. Les œuvres protégées 10

 3.3. Qu'est ce que le Droit d'Auteur? 10

 3.3.1. Les droits patrimoniaux..... 11

 3.3.2. Les droits moraux..... 11

3.4. Les droits voisins.....	11
Section 4. Le piratage.....	12
4.1. Définition.....	12
4.2. Sanctions pénales	12
Chapitre 3. Méthodologie d'enquête.....	13
Section 1. Types de documentation.....	13
1.1. Données primaires.....	13
1.2. Données secondaires	13
Section 2. Moyens de collecte de données.....	14
2.1. L'enquête sur terrain à partir d'un questionnaire	14
2.1.1. Echantillonnage	15
2.1.2. Méthode des Quotas	16
2.1.2.1. Pré-enquête.....	17
2.1.2.2. Mode d'administration du questionnaire.....	18
2.2. L'entretien professionnel à partir d'un guide d'entretien.....	18
2.2.1. But	18
2.2.2. Déroulement	18
2.3. L'entretien semi-directif.....	19
2.3.1. But	19
2.3.2. Déroulement	19
Section 3. Traitement des données obtenues.....	19
3.1. Lors de l'entretien professionnel.....	20
3.2. Lors de l'entretien des auteurs, artistes, et producteurs	20
3.3. De l'enquête par questionnaire.....	20
Section 4. Limite et chronogramme de l'étude	20
4.1. Limite de l'étude	21
4.2. Chronogramme des activités menées	21
DEUXIEME PARTIE : RESULTATS	24
Chapitre 4. La gestion collective des droits d'auteurs.....	24
Section 1 : La gestion de l'OMDA	24

1.1. L'adhésion d'un auteur.....	25
1.2. La déclaration d'œuvre.....	25
Section 2. La collecte de droit d'auteur.....	25
Section 3. La répartition de droit d'auteur	26
Chapitre 5. Résultats des études menées auprès de l'OMDA	27
Section 1. Résultat du diagnostic de l'Office Malagasy du Droit d'Auteur.....	27
Section 2. Résultat des entretiens auprès des auteurs, artistes et producteurs.....	27
2.1. Une activité professionnalisée et organisée.....	28
2.2. Combattre le phénomène.....	28
Chapitre 6. Résultat de l'étude auprès des consommateurs	28
Section 1. Dépouillement de l'échantillon	28
Tableau n° 5 : Répartition des consommateurs selon le produit acheté.....	28
Tableau n° 6 : Répartition de l'échantillon selon l'activité professionnelle et le produit	29
Section 2 : Motivation des consommateurs.....	29
Tableau n° 7 : Relation entre la raison d'achat et le produit	29
Tableau n° 8 : Type d'œuvre acheté par les consommateurs	30
Tableau n° 9: Raison d'achat de produit pirate des consommateurs de produit original.....	30
Tableau n° 10 : Raison d'achat de produit original des consommateurs de produit pirate.....	31
Tableau n° 11: Définition d'un « Artiste » selon le public	31
Section 3 : Attitude des consommateurs sur le piratage.....	32
Figure n° 2 : Opinion sur le piratage	32
Figure n° 3: Evolution du piratage	32
Figure n° 4 : La cause du piratage.....	33
Figure n° 5: L'impact du piratage	33
Figure n° 6: Connaissance de la B.A.P	34
Figure n° 7 : Message reçu	34
TROISIEME PARTIE : DISCUSSION ET RECOMMANDATIONS	36
Chapitre 7. Interprétation des résultats obtenus	36
Section 1. Forces et Faiblesses de l'OMDA.....	36
1.1. Collaboration avec de nombreux partenaires	37
1.2. Extension de la zone de couverture.....	37

1.3. Manque d'effectif	38
1.4. Difficulté dans l'application de la loi	38
Section 2. Opportunité et Menace de l'OMDA.....	38
2.1. Opportunité de saisie	39
2.2. La prolifération des produits contrefaits gagne du terrain	39
Section 3. Interprétation des résultats des autres études menées	39
3.1 L'entretien des artistes, auteurs et producteur	40
3.2. L'enquête auprès des consommateurs	40
3.2.1. Les consommateurs d'œuvre original	40
3.2.2. Les consommateurs d'œuvre pirate.....	40
Chapitre 8. Discussions concernant les obstacles à lutte contre le piratage.....	41
Section 1. Contrainte économique et social	41
1.1. Le pouvoir d'achat.....	41
1.2. Recrudescence des sans emploi.....	43
Section 2. La disponibilité du produit	43
2.1. L'insuffisance de points de ventes de produits originaux	43
2.2. L'insuffisance de l'offre par rapport à la demande	43
Section 3. La méconnaissance de valeur de l'œuvre.....	44
3.1. Au niveau des producteurs	44
3.2. Au niveau du consommateur.....	44
Section 4. Non-respect de la peine édictée par la loi.....	44
Chapitre 9. Recommandations	45
Section 1. Les actions à entreprendre au niveau de L'OMDA.....	45
1.1. Renforcer la campagne d'information et de sensibilisation	45
1.1.1. Description	45
1.1.2. Réalisation	46
1.2. Recrutement de personnel	47
1.3. Mise en place d'un système de contrôle de la production.....	47
Section 2. Rétablir un climat de confiance entre acteurs concernés	48
2.1. Instaurer un climat d'insécurité aux pirates	48
2.2. Instaurer un climat de sécurité aux investisseurs de l'industrie du disque.....	50

Section 3. Recommandations au niveau des producteurs.....	51
3.1. Rechercher un prix de convenance adéquat pour le marché	51
3.2. Multiplier le circuit de distribution des produits originaux.....	51
CONCLUSION GENERALE	53
BIBLIOGRAPHIE	I
ANNEXE.....	III