

GUIDE DE LA GESTION DES DROITS NUMÉRIQUES (DRM) : UNE LISTE DE CONTRÔLE EN 10 ÉTAPES

Que vous soyez débutant ou que vous poursuiviez votre parcours de gestion des droits numériques, FADEL a compilé une liste de contrôle des 10 meilleures pratiques pour vous guider vers des pratiques DRM optimales pour la sécurité et l'efficacité de votre marque.



Table of Contents

1. Inventorier votre contenu et vos accords	3
2. Centraliser les informations sur les droits	3
3. Assurez-vous que la gestion des droits fait partie de votre processus de gouvernance	3
4. Déterminez où vous avez besoin d'une vérification des droits dans votre chaîne d'approvisionnement en contenu	4
5. Intégrer la gestion des droits numériques à vos systèmes tiers	5
6. Créez un rôle de bibliothécaire	5
7. Créer une taxonomie bien conçue	6
8. Automatiser la gestion des droits	6
9. Introduire un flux de travail basé sur les droits	7
10. Fournir des rapports et des analyses	7
À propos de FADEL	8

1. Inventorier votre contenu et vos accords

Pour commencer votre gestion des droits numériques (DRM), inventoriez le type de contenu dont les droits sont gérés et comprenez d'où proviennent ces droits.

- S'agit-il de contrats de licence ou de contrats de talent ?
- Le contenu est-il régi par plus d'un contrat, comme de multiples éléments de talent ou de contenu ?

Si c'est le cas, il est important de le savoir et de rassembler tous les accords associés. En faisant l'inventaire, vous serez en mesure de vous assurer qu'il n'y a pas de lacunes dans vos informations.

Qui est propriétaire des informations relatives aux contrats et aux droits et qui sont les personnes qui en ont besoin d'accéder à ces informations ?



Comprenez où votre contenu est stocké et quels types de systèmes

font partie de votre flux de production, de la planification à la distribution en passant par la production. Chacun de ces systèmes peut avoir besoin de vérifier les droits avant d'autoriser l'utilisation d'une ressource. Si vous commencez par cette étape, votre flux de travail sera plus facile et plus efficace, surtout si vous travaillez en collaboration.

2. Centraliser les informations sur les droits

En veillant à ce que les droits soient centralisés et accessibles, les équipes sont en mesure de prendre des décisions éclairées, tandis que les équipes juridiques sont armées pour défendre l'utilisation et protéger la réputation de la marque et de l'entreprise.

En outre, il est très utile de savoir où se trouvent les exceptions. L'équipe peut modifier et étendre les accords plutôt que de les produire et de les acquérir à partir de zéro.

Un piège fréquent est de ne pas cataloguer les droits d'un bien lors de son acquisition, ce qui augmente les risques et la maintenance future. Tenez compte du processus d'ingestion du bien et saisissez autant de données que possible au début du processus - il est beaucoup plus difficile de revenir plus tard et d'obtenir les données de droits nécessaires pour libérer le bien à l'avenir.

3. Assurez-vous que la gestion des droits fait partie de votre processus de gouvernance

Toute grande organisation ou marque aura mis en place un processus de gouvernance à multiples facettes. Examinez comment le plan et le processus recoupe la gestion des droits pour garantir que le contenu est utilisé dans le respect de la réglementation. L'objectif est de pouvoir gérer le contenu à l'échelle mondiale, pour tous les utilisateurs, marques, canaux et territoires potentiels.

Nous vous recommandons d'examiner comment vos processus de gouvernance permettent à vos équipes de gérer le contenu au niveau mondial, pour l'ensemble des utilisateurs potentiels, des marques, des canaux et des territoires, tout en garantissant que le contenu est utilisé dans le respect de la réglementation et/ou des contrats. En ajoutant une étape de vérification des droits pendant la production, en surveillant la consommation du contenu et en assurant le suivi des expirations, les entreprises obtiennent une conformité du contenu qui leur permettra d'économiser des millions en frais de litige et de protéger la réputation de la marque.

Veillez à ce que chaque agence suive la même série d'étapes pour garantir que les contrôles sont en place et que les informations sont faciles à trouver.

4. Déterminez où vous avez besoin d'une vérification des droits dans votre chaîne d'approvisionnement en contenu

Une solution DRM robuste est essentielle pour l'ensemble de votre chaîne d'approvisionnement, de la production et la planification du contenu à la distribution et la publication. Il est important de vérifier les droits avant le lancement d'une campagne, mais aussi de surveiller les expirations et les droits après le lancement de la campagne.

L'ajout d'une ou plusieurs étapes de vérification des droits peut responsabiliser l'utilisateur professionnel sur l'ensemble du flux de travail - de la planification de la campagne à la gestion des actifs, en passant par les processus de création et enfin la post-distribution. Supposons, par exemple, que le contrat d'un modèle utilisé dans un actif de votre campagne expire. Cette ressource n'est plus conforme et peut causer des dommages à votre entreprise, tant sur le plan financier que sur celui de la réputation.



Ce système de contrôles et d'équilibres garantira la conformité de vos actifs et des accords relatifs aux talents.

5. Intégrer la gestion des droits numériques à vos systèmes tiers

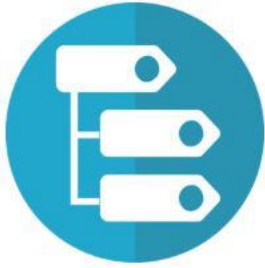
Maintenant que vous avez identifié où vos contrôles d'autorisation des droits doivent être effectués tout au long du cycle de vie du contenu, intégrez votre processus et votre solution de gestion des droits à vos systèmes DAM, MAM, CMS, outils de création et de flux de travail, et autres systèmes. Il est essentiel de s'assurer que votre DRM est ouvert et extensible.

- Intégrer dans vos outils de planification et de gestion des flux de travail
- Intégrez les droits dans votre DAM
 - o Droits/restrictions
 - o Expirations
- Assurez une vérification automatique des droits avant la distribution par le biais de votre PIM, du commerce électronique et des plateformes de médias sociaux, ainsi qu'une vérification des droits d'utilisation dans vos outils de création tels que Adobe Creative Cloud et Figma.
- Coordonnez l'autorisation et le suivi de l'utilisation après la distribution avec les informations sur les droits pour éviter les violations. Pour une meilleure visibilité, nous vous recommandons d'investir dans une solution de suivi du contenu afin de savoir où, quand et comment vos ressources sont utilisées. En gardant un œil sur les ressources numériques que vous utilisez pour vos publicités, votre image de marque et votre contenu, vous serez informé des violations des droits de distribution du contenu.

6. Créez un rôle de bibliothécaire

À l'ère du numérique, un bibliothécaire est indispensable pour une grande marque. Le contenu numérique étant créé à une vitesse et une quantité exponentiellement plus élevées que le contenu non numérique, les bibliothécaires doivent faire face à de nouvelles préoccupations et responsabilités qui rendent leur rôle essentiel. La responsabilité d'un bibliothécaire est de maintenir le contenu, son intégrité et de gérer les droits pour assurer la conformité et promouvoir l'utilisation efficace et la réutilisation des investissements existants.

7. Créer une taxonomie bien conçue



La taxonomie est essentielle lorsqu'on travaille avec des actifs et du contenu, car elle permet de classer et de cataloguer correctement. Assurez-vous de prendre en compte tous vos points de vente ainsi que la manière dont un actif peut être exploité à travers les produits et les marques, afin d'être en mesure d'acquiescer et de suivre correctement les droits. Sans une taxonomie des droits bien

structurée, il peut être difficile de déterminer vos droits. Les accords de licence sont souvent assortis d'exclusions, de restrictions, de délais, de limitations géographiques, etc. De plus, les actifs eux-mêmes deviennent plus complexes - un actif n'est plus seulement un élément singulier mais devient un "actif composite" composé de plusieurs éléments formant un nouvel actif. Il est important d'utiliser un modèle flexible et extensible qui vous permet de suivre différents types d'actifs (texte, images, vidéo, musique, marques, etc.) de différentes manières (formats, territoires, types d'utilisation, composants, exclusivité, fenêtres de dates, etc.)

8. Automatiser la gestion des droits

Certaines entreprises utilisent une approche manuelle impliquant des feuilles de calcul, des dossiers de fichiers ou l'ajout de contrats au format PDF. Cependant, à mesure que les actifs prolifèrent et que les accords deviennent plus granulaires, une telle approche peut rapidement devenir trop complexe à gérer et à maintenir. C'est pourquoi il est conseillé d'automatiser l'étape d'autorisation des droits afin que les utilisateurs soient bien informés et responsables, et que les marques soient protégées. Sinon, on risque de se heurter à diverses limitations fonctionnelles.

Par exemple :

- . un actif est souvent associé à plusieurs talents ou à d'autres accords qui peuvent avoir des droits différents qui doivent être comptabilisés.
- . un contrat ou un actif avec un talent peut avoir différentes dates d'expiration pour différents canaux de distribution
- . chaque fois qu'un contrat est mis à jour, les actifs concernés doivent être identifiés et les métadonnées doivent être mises à jour manuellement...

...et il n'y a aucune garantie que les utilisateurs vérifient le champ de métadonnées des droits d'utilisation et l'interprètent correctement.

9. Introduire un flux de travail basé sur les droits

L'introduction d'un workflow basé sur les droits est un concept très intéressant qui convient généralement aux organisations qui sont plus avancées dans leurs modèles de maturité DAM.

Envisagez de déclencher un comportement basé sur les résultats des droits. Par exemple, si un élément de contenu ne peut pas être utilisé dans le cadre d'une campagne particulière, il faut empêcher son téléchargement, afficher une clause de non-responsabilité ou le marquer d'un filigrane. Cela ne peut se faire correctement que si le contenu et les droits associés sont liés au cours du processus de production, au moment de la sélection pour l'utilisation.

Vous pouvez également améliorer l'efficacité des processus grâce à des tâches de workflow et à la gestion des processus d'entreprise, par exemple en demandant des droits supplémentaires pour un élément de contenu afin d'atteindre les objectifs de contenu et de marque. En outre, on peut chercher à générer des notifications et des alertes basées sur l'intelligence du contenu, comme le moment où le contenu ou les accords expirent, où l'on pourrait être en violation, et quand un acheteur entre dans la dernière étape de son expérience.

10. Fournir des rapports et des analyses

La visibilité, c'est le pouvoir. La visibilité est essentielle pendant le processus de production, en interne comme en externe. Il ne s'agit pas seulement de comprendre ce qui est disponible, mais aussi de connaître les droits numériques du contenu. En ajoutant cette visibilité au cours du processus de création et de production, vous apportez de la transparence et une plus grande conformité. Les équipes juridiques sont désormais armées pour défendre l'utilisation du contenu et des talents.



Grâce à l'analyse des données sur les tendances, vous êtes en mesure de négocier de meilleures conditions de licence et de meilleurs tarifs pour les artistes.

La visibilité en post-production peut grandement améliorer les processus de votre entreprise. Par exemple, en établissant des rapports sur les expirations des actifs et des

contrats, vous êtes en mesure de gérer de manière proactive les expirations imminentes et de négocier des prolongations, ainsi que de traiter immédiatement les violations.

À propos de FADEL

FADEL[®], innovateur en matière de logiciels de conformité des marques, de gestion des droits et de facturation des redevances, a travaillé avec certains des plus grands noms des médias, des sciences de la vie, des biens de consommation courante, de l'édition, de la haute technologie et de la publicité. En automatisant la gestion des droits des talents et des contenus pour les vidéos, les photos, les publicités, la musique, les produits et les marques, et en rationalisant le traitement des redevances de licence, les solutions Cloud de FADEL ont permis aux entreprises de maximiser considérablement leurs revenus et d'améliorer l'efficacité de leurs processus. Fondée en 2003, FADEL a son siège social à New York et possède également des bureaux à Los Angeles, Londres, Paris et au Liban. Pour plus d'informations, visitez fadel.com.