

# ВОИС



CDIP/5/5

ORIGINAL: английский

DATE: 2 марта 2010 г.

R

**ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**  
ЖЕНЕВА

## **КОМИТЕТ ПО РАЗВИТИЮ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ (КРИС)**

**Пятая сессия**  
**Женева, 26–30 апреля 2010 г.**

**ПРОЕКТ ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И БРЕНДИНГУ  
ПРОДУКТОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В РАЗВИВАЮЩИХСЯ  
СТРАНАХ И НАИМЕНЕЕ РАЗВИТЫХ СТРАНАХ (НРС)**

*Документ подготовлен Секретариатом*

1. На четвертой сессии Комитета по развитию и интеллектуальной собственности (КРИС), проходившей 16-20 ноября 2009 г., при обсуждении документа CDIP/4/12 в связи с предложением Республики Корея «Программа для оказания помощи фермерам и производителям в НРС по приобретению брендов на свою продукцию», Комитет обратился к Секретариату с просьбой подготовить проектный документ по указанному предложению, принимая во внимание комментарии делегации (см. пункт 9 Резюме Председателя).
2. Соответственно был подготовлен проект «Интеллектуальная собственность и брендинг продуктов для развития бизнеса в развивающихся странах и наименее развитых странах (НРС)», который прилагается к настоящему документу.
3. Сметная стоимость проекта составляет 885 000 шв.фр., из которых 660 000 шв. фр. – расходы, не связанные с персоналом, и 225 000 шв. фр. – расходы, связанные с персоналом применительно к сотрудникам ВОИС, которые будут выделены для реализации этого проекта.
4. *КРИС предлагается рассмотреть и одобрить Приложение к настоящему документу.*

[Приложение следует]

## ПРИЛОЖЕНИЕ

## РЕКОМЕНДАЦИИ 4 И 10 ПОВЕСТКИ ДНЯ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ

## ПРОЕКТНЫЙ ДОКУМЕНТ

<b>1. РЕЗЮМЕ</b>	
<u>Код проекта:</u>	DA_4_10_01
<u>Название проекта:</u>	ИС и брендинг продуктов для развития бизнеса в развивающихся странах и наименее развитых странах (НРС)
<u>Рекомендации Повестки дня в области развития:</u>	<p>Рекомендация № 4: Уделять особое внимание потребностям МСП и учреждений, занимающихся научными исследованиями, а также индустрии культуры и оказывать государствам-членам по их просьбе помощь в разработке надлежащей национальной стратегии в области ИС.</p> <p>Рекомендация № 10: Оказывать помощь государствам-членам в развитии и совершенствовании национального институционального потенциала в области ИС путем дальнейшего развития инфраструктуры и других компонентов с целью повышения эффективности национальных учреждений ИС и установления справедливого равновесия между охраной ИС и интересами общества. Эта техническая помощь должна также распространяться на субрегиональные и региональные организации, занимающиеся вопросами ИС.</p>
<u>Бюджет проекта:</u>	<p>Расходы, не связанные с персоналом: 660 000 шв. фр.</p> <p>Расходы, связанные с персоналом: 225 000 шв. фр.</p>
<u>Продолжительность проекта:</u>	36 месяцев
<u>Ключевые секторы ВОИС, участвующие в проекте, и связи с программами ВОИС:</u>	<p>Сектор сотрудничества в целях развития (СЦР) и Сектор товарных знаков, промышленных образцов и географических указаний</p> <p>Связи с Программами ВОИС: 2, 4, 8, 9, 30</p>
<u>Краткое описание проекта:</u>	<p>Проект в первую очередь направлен на поддержку малых и средних предприятий (МСП), в особенности тех, которые возникли в результате объединения местных групп фермеров и производителей в развивающихся и наименее развитых странах (НРС), путем разработки и реализации стратегий надлежащего использования ИС при брендинге продуктов. Таким образом, проект поможет содействовать развитию местных общин и укреплению возможностей как на уровне общины, так и на институциональном уровне, путем фокусирования внимания на развитии и стратегическом использовании ИС, в особенности географических указаний и товарных знаков.</p>

	<p>Проект основан на предложении, представленном Республикой Корея на третьей сессии КРИС (документ CDIP/3/7) и утвержден в отношении первого этапа в ходе четвертой сессии КРИС. Все элементы оригинального предложения рассматриваются в рамках этого проектного документа, который, однако, предусматривает более строгую структуру для контроля за достижением ожидаемых результатов.</p> <p>Хотя брендинг является одним из наиболее мощных инструментов укрепления рыночной силы продуктов, фермеры и производители в развивающихся странах, и в особенности в наименее развитых странах (НРС), редко обладают возможностью брендинга своих продуктов. Надлежащее использование прав интеллектуальной собственности, в особенности географических указаний и товарных знаков, может оказать помощь в повышении ценности их продуктов, увеличить доходы за счет экспорта и содействовать сокращению бедности. И самое главное, традиционные методы производства в сочетании с инновационными процедурами и обязательствами местных общин могут содействовать разработке новых стандартов социального, экономического и природоохранного развития. Институциональные возможности по эффективному использованию ИС, надлежащая инфраструктура и средства также будут развиваться в рамках этого проекта.</p> <p>Предлагая практический инструмент для развития местного бизнеса, проект интерпретирует дух Повестки дня в области развития, ориентируя деятельность ВОИС по сотрудничеству в контексте приоритетов национального развития.</p>
<h2>2. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА</h2>	
<h3>2.1. <u>Введение в вопрос/тему</u></h3>	
<p>Продукты из различных регионов мира все в большей степени приобретают престиж и международное признание благодаря свойствам, связанным с их территорией происхождения и способами производства, которые обеспечивают уникальное качество продуктов. Развитие и коммерциализация таких продуктов извлекает пользу из стратегического использования прав ИС, в частности географических указаний, товарных знаков, сертификационных и коллективных знаков. Соответствующая стратегия брендинга, которая использует, например, географическое указание, товарный знак и маркировку добросовестной торговли, добавляет продукту ценности, помогает поднять спрос на него на рынке и увеличивает экономическую отдачу от его производителей. Такая стратегия может быть ключевым компонентом местного/сельского развития ввиду преимуществ, которые она может дать широкому кругу производителей или фермеров, объединившихся в стратегический рыночный альянс. С целью оказания помощи местным общинам, и в особенности МСП фермеров и производителей в разработке и реализации успешной стратегии брендинга, проект будет состоять из следующих трех основных компонентов:</p> <p>а. <u>Исследование и разработка стратегии в области ИС</u>: этот этап начнется с отбора и идентификации продуктов или кластеров продуктов, обладающих уникальными свойствами и связанным с определенной общиной или регионом, где производители уже создали ассоциацию или проявляют интерес к созданию такого альянса в целях брендинга и коммерциализации своих продуктов (1). В отношении каждого идентифицированного продукта проект затем окажет помощь местным общинам и их МСП в разработке и реализации стратегии брендинга, фокусируя внимание на использовании ИС, в особенности географических указаний, товарных</p>	

знаков и отличительных обозначений, а также других сертификационных вариантов, в частности маркировки добросовестной торговли или органического происхождения. В рамках стратегии будут указаны действия, которые будет необходимо предпринять, а также инструменты, которые должны использоваться в каждом случае в целях развития разнообразия продукции, ее охраны и коммерциализации.

**в. Создание возможностей:** Этот этап будет включать серию программ обучения, нацеленного на ассоциации производителей и фермеров, а также правительственных чиновников и персонала ведомств ИС, фокусируя внимание на технических вопросах ИС, вариантов брендинга и коммерциализации и повышения осведомленности о спектре возможных партнеров.

**с. Повышение осведомленности:** Этот этап направлен на демонстрацию опыта и стратегических подходов, задокументированных в ходе проекта, на конференции, которая будет созвана по теме «Содействие развитию бизнеса путем брендинга продуктов» (2). Конференция с участием представителей директивных органов, представителей местных общин, НПО и МПО будет также использована в качестве форума для ознакомления с методикой использования брендинга продуктов в интересах местных общин.

- (1) В рамках этого проекта регионы и продукты будут идентифицированы в странах, где уже существует правовая структура для охраны географических указаний и отличительных обозначений.
- (2) Предложение о проведении конференции по этой теме было включено в оригинальное предложение Республики Корея на КРИС 3 и одобрено в отношении первого этапа в ходе КРИС 4. Однако, в настоящем документе проведение конференции намечено на конец проектного цикла, поскольку она будет более эффективно использована в качестве форума для обмена опытом и уроками, извлеченными из проекта после его фактической реализации.

## 2.2. Цели

Цель этого проекта, структурированная в рамках рекомендаций 4 и 10 Повестки дня в области развития заключается в следующем:

- Содействовать развитию бизнеса местных общин путем создания стратегических альянсов ассоциаций производителей/фермеров, МСП и государственных учреждений, в целях создания брендов путем стратегического использования прав ИС.
- Совершенствовать возможности национальных учреждений, включая ведомства ИС, по эффективному осуществлению процедур регистрации и экспертизы товарных знаков и географических указаний.
- Повышать осведомленность о влиянии брендинга продуктов на развитие бизнеса местных общин и местных МСП в рамках приоритетов устойчивого развития.

## 2.3. Стратегия реализации

Проект будет осуществляться в трех странах в разных регионах с целью создания четкого бренда на два продукта в каждой из стран. По возможности, проект рассмотрит практические варианты распространения этого национального опыта на субрегиональном уровне. Страны будут выбираться на основе критериев, которые включают: наличие правовой структуры по охране географических указаний и отличительных обозначений; политическая поддержка и приверженность развитию местных общин; существование механизмов для создания

ассоциации местных фермеров и производителей; специфические продукты или кластеры продуктов, обладающих ярко выраженными свойствами и потенциалом для охраны правами ИС или брендами.

Три компонента этого проекта (см. выше, часть 2.1) будут взаимно выстраиваться в целях эффективности и устойчивости. В особенности в целях достижения вышеуказанных целей проекта будут осуществляться следующие задачи и деятельность:

- a. Цель развития бизнеса будет достигаться за счет исследований и разработки надлежащих стратегий брендинга в отношении отдельных продуктов. Исследования, осуществляемые при тесном консультативном участии соответствующих органов и местных общин, позволят выявить в каждой из стран по меньшей мере два продукта, обладающих сильным потенциалом в связи с их уникальными свойствами и пользующихся достаточной поддержкой со стороны ассоциации местных производителей/ фермеров, а также местных властей в целях начала разработки стратегии брендинга. Такая стратегия будет разработана в соответствии с ключевыми элементами, т.е. конкретными свойствами и требованиями места происхождения/ производства, действующей правовой и регуляторной структурами, а также потенциалом на внутреннем и/или экспортном рынках.
- b. Цель развития возможностей будет достигнута путем проведения серии практических и теоретических семинаров, направленных на местные общины, производителей, фермеров и ассоциации МСП, ведомства ИС и правительственные органы с целью укрепления их знаний о системе ИС, а также их возможностей по ее эффективному использованию в целях брендинга и маркетинга продуктов.
- c. Цель повышения осведомленности будет достигнута путем документирования опыта, приобретенного в ходе реализации проекта, а также путем обмена опытом на конференции лиц, заинтересованных в поддержке местного развития путем брендинга продуктов.

Для осуществления стратегии реализации в качестве консультантов будут привлечены международные и местные эксперты, деятельность которых будет координировать Сектор по сотрудничеству в целях развития. Проект будет полагаться на поддержку соответствующих правительственных органов каждой из стран, включая национальные ведомства ИС.

### 3. ОБЗОР И ОЦЕНКА

#### 3.1. График обзора проекта

Каждый этап реализации проекта, как указано выше, в части 2.1, будет постоянно контролироваться на предмет достижения прогресса. В частности, в течение первого года предполагается реализовать этап (а) проекта. В течение второго года начнется реализация этапа (b), который продолжится в течение третьего года вместе с этапом (с). Кульминацией третьего года явится созыв конференции

#### 3.2. Самооценка проекта

*В дополнение к самооценке проекта может быть также проведена его независимая оценка*

##### Результаты проекта

Достижение соглашения между местными сообществами производителей/ фермеров и соответствующими органами в отношении потенциала брендинга отдельных продуктов

##### Показатели эффективности проведения (показатели результативности)

В контексте трех стран два продукта идентифицированы в каждой из них в связи с их уникальными свойствами, представляющими высокий потенциал для брендинга

<u>Результаты проекта</u>	<u>Показатели эффективности проведения (показатели результативности)</u>
<p>Начало консультативного процесса по стратегическому выбору и процедурам брендинга продуктов в соответствии с предлагаемыми руководящими принципами</p> <p>Повышение осведомленности, возможностей и совершенствование инфраструктуры, позволяющей осуществлять стратегическое использование ИС и другие варианты маркетинга для брендинга продуктов</p> <p>Созыв конференции на тему «Поддержка развития местных общин путем брендинга продуктов» для обмена мнениями и извлеченными уроками</p>	<p>В каждой из стран письменные руководящие принципы используются МСП, местными общинами и ассоциациями производителей/ фермеров для разработки и использования бренда на продукт; начало консультаций с партнерами:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработаны процедуры и правила использования, администрации и управления правами ИС (ГУ и товарные знаки);</li> <li>- разработаны стандарты и процедуры для сертификации и контроля качества продуктов</li> </ul> <p>В отношении каждого идентифицированного продукта проведена серия практических семинаров по развитию возможностей брендинга продуктов с участием представителей местных общин, ИС и других соответствующих органов</p> <p>Конкретные исследования задокументированы и представлены на конференции и опыт в связи с реализацией проекта опубликован в документации конференции</p>
<p>Содействие развитию местного бизнеса путем оказания помощи МСП, ассоциациям фермеров и производителей в развивающихся странах и НРС по созданию брендов продуктов путем стратегического использования ИС</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Содействие созданию стратегических альянсов производителей/ фермеров, малых и средних предприятий (МСП) и государственных учреждений в целях создания брендов продуктов путем использования ИС</li> <li>- Проведение обучения представителей местных общин, НПО и национальных учреждений, включая ведомства ИС, направленного на эффективное использование процедур регистрации и экспертизы товарных знаков и географических указаний</li> </ul>	<p>Созданы системы мониторинга и контроля для оценки влияния стратегий коллективного брендинга и соответствующих действий на местные ресурсы и устойчивое развитие; система позволяет сравнивать результаты до и после принятия стратегии и использовать механизмы для корректировки негативного влияния, при наличии такового.</p> <p>Созданы координационные структуры и предприняты совместные коллективные инициативы по поддержанию качества продукта, маркетингу и рекламе; создана система для иллюстрации повышения преимуществ и сокращения расходов в связи с стратегией брендинга.</p> <p>Ряд представителей местных общин, ведомств ИС и правительственных органов прошли обучение по использованию надлежащих правовых инструментов для охраны и брендинга продуктов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- персонал ведомств ИС прошел обучение по выполнению процедур для регистрации ГУ;</li> <li>- осуществлено до 6 подач заявок на регистрацию товарных знаков и/или географических указаний в связи с выбранными продуктами.</li> </ul>



5. БЮДЖЕТ

5.1. Проект бюджета на двухлетний период 2012-2013 гг.

	2010 г. [0030 /09.1]	2011 г. [0030 /09.1]	[Программа / Бюджетная единица]	[Программа / Бюджетная единица]	
<i>Поездки и стипендии</i>					
Командировки сотрудников	15 000	40 000			
Поездки третьих лиц		80 000			
Стипендии					
<i>Услуги по контрактам</i>					
Конференции		10 000			
Гонорары экспертов		5 000			
Публикации					
Прочие (ССУ)	105 000	285 000			
<i>Оборудование и принадлежности</i>					
Оборудование					
Принадлежности и материалы					
<b>ИТОГО</b>	<b>120 000</b>	<b>420 000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>540 000</b>

5.2. Проект бюджета за пределами двухлетнего периода 2012-2013 гг.

	2012 г. [Программа /Бюджетная единица]	[Программа / Бюджетная единица]	[Программа / Бюджетная единица]	[Программа / Бюджетная единица]	
<i>Поездки и стипендии</i>					
Командировки сотрудников					
Поездки третьих лиц	48 000				
Стипендии					
<i>Услуги по контрактам</i>					
Конференции	7 000				
Гонорары экспертов	5 000				
Публикации	10 000				
Прочие (ССУ)	50 000				
<i>Оборудование и принадлежности</i>					
Оборудование					
Принадлежности и материалы					
<b>ИТОГО</b>	<b>120 000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>120 000</b>

[Конец Приложения и документа]