

COMITÉ DU DÉVELOPPEMENT ET DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE (CDIP)

Trente-deuxième session
Genève, 29 avril – 3 mai 2024

RAPPORT D'ACHÈVEMENT DU PROJET RELATIF À L'ENREGISTREMENT DES MARQUES COLLECTIVES DES ENTREPRISES LOCALES EN TANT QU'AXE TRANSVERSAL DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

établi par le Secrétariat

1. Les annexes du présent document contiennent le rapport d'achèvement du projet relatif à l'enregistrement des marques collectives des entreprises locales en tant qu'axe transversal du développement économique. Le rapport couvre l'intégralité de la période de mise en œuvre du projet, qui s'est étendue de janvier 2021 à février 2024.

2. *Le CDIP est invité à prendre note des informations qui figurent dans les annexes du présent document.*

[Les annexes suivent]

RESUME DU PROJET	
<u>Code du projet</u>	DA_1_4_10_01
<u>Intitulé</u>	<i>L'enregistrement des marques collectives des entreprises locales en tant qu'axe transversal du développement économique</i>
<u>Recommandations du Plan d'action pour le développement</u>	Recommandations n ^{os} 1, 4 et 10
<u>Budget du projet</u>	Budget total du projet : 450 000 francs suisses, dont 125 000 francs suisses pour les dépenses de personnel et 325 000 francs suisses pour les dépenses autres que les dépenses de personnel.
<u>Durée du projet</u>	38 mois
<u>Principaux secteurs/domaines de l'OMPI concernés</u>	Secteur de mise en œuvre : développement régional et national Autres secteurs concernés : Secteur des marques et des dessins et modèles; Secteur des écosystèmes de propriété intellectuelle et d'innovation
<u>Brève description du projet</u>	<p>Le projet visait à transformer les offices nationaux de l'État plurinational de Bolivie, du Brésil, de la Tunisie et des Philippines en entités associant enregistrement des marques collectives et développement local en fournissant un appui aux petites et moyennes entreprises (PME) qui privilégient des pratiques favorisant une image positive de leurs produits, une commercialisation à l'échelle nationale, un lien avec les pratiques traditionnelles et une valeur ajoutée grâce à la priorité donnée à la viabilité.</p> <p>Le projet visait notamment à créer une "pépinière de marques collectives", avec la participation des entités publiques et privées associées, pour évaluer la viabilité technique, financière et commerciale des produits sélectionnés, proposer des services de conseil technique pour la protection des marques et faciliter l'enregistrement des marques collectives.</p> <p>À cette fin, l'assistance technique comportait trois étapes :</p> <p>i) l'identification ou la création d'une association dans chaque pays bénéficiaire qui pourrait bénéficier de l'enregistrement d'une marque collective; ii) le développement et l'enregistrement de la marque collective; et iii) la mise en place d'activités de sensibilisation et de renforcement des capacités en vue d'assurer sa viabilité.</p>
<u>Chef de projet</u>	M. Georges Ghandour, conseiller principal, Division de la coordination du Plan d'action pour le développement, Secteur du développement régional et national.

<p><u>Liens avec les résultats escomptés dans le programme de travail et budget</u></p>	<p><u>Programme et budget pour l'exercice biennal 2020-2021 :</u></p> <p><i>Résultat escompté III.1 :</i> Stratégies et plans nationaux en matière d'innovation et de propriété intellectuelle conformes aux objectifs de développement nationaux.</p> <p><i>Résultat escompté III.2 :</i> Mise en valeur des ressources humaines pour répondre aux diverses exigences en matière d'utilisation efficace de la propriété intellectuelle au service du développement dans les pays en développement, les pays les moins avancés et les pays en transition.</p> <p><i>Résultat escompté III.6 :</i> Renforcement des capacités d'utilisation de la propriété intellectuelle au service de l'innovation dans les PME, les universités et les instituts de recherche.</p> <p><u>Programme de travail et budget pour l'exercice biennal 2022-2023 :</u></p> <p>4.1 : Utilisation plus efficace de la propriété intellectuelle au service de la croissance et du développement de l'ensemble des États membres et de leurs régions et sous-régions respectives, notamment grâce à l'intégration des recommandations du Plan d'action pour le développement.</p> <p>4.3 : Mise en valeur des connaissances et des compétences en matière de propriété intellectuelle dans tous les États membres</p> <p>4.4 : Davantage d'innovateurs, de créateurs, de PME, d'universités, d'instituts de recherche et de communautés tirent profit de la propriété intellectuelle.</p>
<p><u>Aperçu de la mise en œuvre du projet</u></p>	<p>On trouvera ci-après un aperçu de la mise en œuvre du projet dans chaque pays bénéficiaire, reposant sur la réalisation des résultats décrits dans le descriptif de projet approuvé (CDIP/24/9). On trouvera également un aperçu de l'état d'avancement du projet dans le catalogue répertoriant les projets du Plan d'action pour le développement et les résultats à l'adresse https://dacatalogue.wipo.int/projects/DA_1_4_10_01</p> <p>État plurinational de <u>Bolivie</u></p> <ul style="list-style-type: none">• <u>Composition de l'équipe et plan de mise en œuvre à l'échelle nationale</u> : En octobre 2021, le plan de mise en œuvre à l'échelle nationale était rédigé et approuvé. L'État plurinational de Bolivie a désigné un coordonnateur de projet local au sein de l'Office national de la propriété intellectuelle (SENAPI) pour diriger l'équipe chargée de la mise en œuvre du projet à l'échelle nationale. Deux consultants du projet ont par ailleurs été engagés en renfort.• <u>Étude exploratoire</u> : L'étude exploratoire sur les groupes potentiels de producteurs et leurs produits pouvant bénéficier de l'utilisation de marques collectives a été réalisée en espagnol par le consultant du projet et achevée en juillet 2022. L'étude exploratoire a également été mise à disposition en anglais.

- Séance d'information : Une séance d'information portant sur les avantages potentiels de l'utilisation des marques collectives par les entrepreneurs et les producteurs locaux s'est tenue le 8 juillet 2022. En raison de la pandémie de COVID-19, la séance s'est tenue sous forme virtuelle sur Zoom afin de permettre la participation de l'OMPI et des consultants du projet. Cette séance a permis la participation du programme EMPODERAR du Ministère du développement rural et des terres en tant que membre de l'équipe chargée de la mise en œuvre du projet à l'échelle nationale.
- Sélection du produit et recensement/création de l'association : *L'Asociación Regional de Apicultores del Chaco Chuquisaqueño (ARACH)*, une association faîtière regroupant au départ 25 organisations de producteurs de miel de la région du Chaco Chuquisaqueño, a été sélectionnée en tant que bénéficiaire pour la création et l'enregistrement d'une marque collective. L'une des retombées directes du projet a été l'augmentation du nombre de membres de l'ARACH, qui est passé de 25 à 42 organisations de producteurs de miel, couvrant cinq municipalités de la région du Chaco Chuquisaqueño.
- Ateliers avec les membres de l'ARACH : Un atelier et une visite sur le terrain ont eu lieu à Monteagudo du 25 au 27 janvier 2023, à l'issue desquels les membres de l'ARACH se sont mis d'accord sur la conception finale du logo de la marque collective.
- Règlement d'usage : Un consultant juridique local a été engagé pour rédiger en espagnol le règlement d'usage de la marque collective, qui a ensuite été adopté par les membres de l'ARACH. Le consultant juridique a également travaillé sur la mise à jour et l'adaptation des statuts, de la liste des membres et du règlement intérieur de l'association.
- Conception du logo : Un prestataire local a été chargé de concevoir le logo de la marque collective. Le logo a été finalisé en janvier 2023. Un accord de cession du droit d'auteur a été ensuite établi, puis signé par l'OMPI et l'ARACH en novembre 2023, afin de céder officiellement le droit d'auteur sur le logo à l'association.
- Formation à l'intention des membres de l'ARACH (et autres entreprises locales) : Une formation en ligne sur l'utilisation de la marque collective a été organisée le 13 novembre 2023 sur Zoom à l'intention des membres de l'ARACH. Une autre formation destinée aux membres de l'ARACH et à d'autres entrepreneurs et producteurs locaux a eu lieu à La Paz le 20 février 2024. Ces activités de formation visaient à renforcer les capacités des membres de l'ARACH en matière de gestion et d'utilisation de leurs marques collectives et portaient, entre autres, sur le règlement d'usage, la gouvernance interne, les systèmes de contrôle de la qualité et les difficultés éventuelles liées à la gestion de la marque collective.

- Formation à l'intention du personnel du SENAPI : Deux activités de formation ont été organisées virtuellement sur Zoom, la première le 25 juillet 2022 et la deuxième le 15 décembre 2023. Une troisième formation a été organisée en présentiel à La Paz le 21 février 2024. Ces activités de formation visaient à renforcer les capacités et les connaissances du personnel du SENAPI et portaient, entre autres, sur le règlement d'usage, le cadre juridique prévu par la décision n° 486 de la Communauté andine et les avantages des marques collectives pour les entreprises locales.
- Enregistrement de la marque collective : Le certificat d'enregistrement a été délivré par le SENAPI le 31 juillet 2023.
- Cérémonie de lancement : La cérémonie de lancement de la marque collective s'est déroulée à La Paz le 19 février 2024. Dix-huit membres de l'ARACH ont bénéficié d'un financement pour pouvoir participer à la cérémonie de lancement. La cérémonie s'est déroulée en présence de hauts représentants du Ministère des affaires étrangères, du SENAPI et du programme EMPODERAR.
- Matériel de sensibilisation : Le matériel de sensibilisation élaboré dans le cadre de ce projet dans l'État plurinational de Bolivie comprend un guide pratique, un dépliant promotionnel et une courte vidéo, en langue espagnole. La courte vidéo est également sous-titrée en anglais. 500 exemplaires imprimés du guide pratique et du dépliant promotionnel ont été distribués lors de la cérémonie de lancement et de la formation qui ont eu lieu en février 2024. La courte vidéo a également été présentée durant la cérémonie de lancement. Tout le matériel de sensibilisation a été mis à disposition sur la page Web de l'OMPI consacrée au projet pour [l'État plurinational de Bolivie](#).

Brésil

- Composition de l'équipe et plan de mise en œuvre à l'échelle nationale : En janvier 2021, le plan de mise en œuvre à l'échelle nationale pour le Brésil était rédigé et approuvé. Le Brésil a désigné un coordonnateur de projet local au sein de la Division de la propriété intellectuelle du Ministère des affaires étrangères. Le coordonnateur local a pris l'initiative de constituer l'équipe chargée de la mise en œuvre du projet à l'échelle nationale, avec des représentants de la division de la propriété intellectuelle du Ministère des affaires étrangères, de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) et du Service brésilien d'aide aux microentreprises et petites entreprises (SEBRAE). Deux consultants nationaux ont par ailleurs été engagés en renfort pour le projet.
- Étude exploratoire : L'étude exploratoire sur les groupes potentiels de producteurs et leurs produits pouvant bénéficier de l'utilisation de marques collectives a été réalisée en portugais par les consultants nationaux du projet et achevée en juin 2022. L'étude exploratoire a également été mise à disposition en anglais.

- Séance d'information : Une séance d'information portant sur les avantages potentiels de l'utilisation des marques collectives s'est tenue à Flona de Tefé les 5 et 6 juillet 2021. En raison de la pandémie de COVID-19, la participation de l'OMPI a été couverte par les deux consultants nationaux du projet. La séance s'est déroulée sur deux jours et comprenait une visite sur le terrain des sites de production de l'association sélectionnée.
- Sélection du produit et recensement/création de l'association : L'*Associação dos Produtores Agroextrativistas da Floresta Nacional de Tefé e Entorno* (APAFE), située à Tefé et Alvãraes, dans la région amazonienne, a été sélectionnée en tant que bénéficiaire pour la création et l'enregistrement d'une marque collective. Ses membres produisent la fleur de manioc et des produits dérivés, miel, noix et huiles, etc.
- Ateliers avec les membres de l'APAFE : Deux ateliers sur les marques collectives se sont tenus, le 13 septembre et le 8 novembre 2021. Le premier atelier visait à définir la liste des produits couverts par la marque collective, le règlement d'usage de la marque collective et le logo. Le second atelier visait à finaliser et à déposer la demande d'enregistrement de la marque collective. En raison de la pandémie de COVID-19, la participation de l'OMPI aux deux ateliers a été couverte par les deux consultants nationaux du projet.
- Règlement d'usage : Le règlement d'usage de la marque collective a été rédigé en portugais par les consultants nationaux du projet et adopté par la suite par les membres de l'APAFE. En outre, un plan de contrôle de la marque collective a été élaboré.
- Conception du logo : Un prestataire local a été chargé de concevoir le logo de la marque collective. Le logo a été finalisé en novembre 2021. Un accord de cession du droit d'auteur a été ensuite établi, puis signé par l'OMPI et l'APAFE en mars 2022, afin de céder officiellement le droit d'auteur sur le logo à l'association.
- Formation sur les marques collectives : Une formation sur l'utilisation de la marque collective a été organisée le 4 avril 2022 à Tefé à l'intention des membres de l'APAFE. En raison de la pandémie de COVID-19, la participation de l'OMPI a été couverte par les deux consultants nationaux du projet. Cette formation visait à renforcer les capacités des membres de l'APAFE en matière de gestion et d'utilisation de leurs marques collectives et portait, entre autres, sur le règlement d'usage et les systèmes de contrôle de la qualité.
- Enregistrement de la marque collective : Le certificat d'enregistrement a été délivré le 17 janvier 2023.
- Cérémonie de lancement : La cérémonie de lancement de la marque collective s'est déroulée à Manaus le 30 mars 2023. Une visite de terrain à Tefé a également été organisée pour discuter avec les producteurs de l'APAFE de l'utilisation future de leur marque collective.

- Matériel de sensibilisation : Le matériel de sensibilisation élaboré dans le cadre de ce projet au Brésil comprend un guide pratique, un dépliant promotionnel et une courte vidéo, en langue portugaise. La courte vidéo est également sous-titrée en anglais.

Le guide pratique est disponible à l'adresse suivante :

www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/publicacoes/CartilhaMarcasColetivas_SebraeNacional_Ajustado_30623.pdf

Le dépliant promotionnel est disponible à l'adresse suivante :

www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/publicacoes/marcascOletivasA4mar2023.pdf

Les vidéos promotionnelles sont disponibles à l'adresse suivante :

www.youtube.com/watch?v=JBpaJ7ppMJQ;
www.youtube.com/watch?v=ARInRNbfeE8; et
www.youtube.com/watch?v=V1kOz1B1_UU

Philippines

- Composition de l'équipe et plan de mise en œuvre à l'échelle nationale : En décembre 2020, le plan de mise en œuvre à l'échelle nationale pour les Philippines était rédigé et approuvé. Les Philippines ont désigné un coordonnateur de projet local au sein de l'Office de la propriété intellectuelle des Philippines (IPOPPL). Un consultant national a par ailleurs été engagé en renfort pour le projet.
- Étude exploratoire : L'étude exploratoire sur les groupes potentiels de producteurs et leurs produits pouvant bénéficier de l'utilisation de marques collectives a été réalisée en anglais par le consultant national du projet et achevée en mai 2021.
- Séance d'information : Une séance d'information portant sur les avantages potentiels de l'utilisation des marques collectives s'est tenue sous une forme hybride du 14 au 16 avril 2021. En raison de la pandémie de COVID-19, la séance d'information s'est déroulée sur trois jours pour trois groupes de producteurs, de négociants et de transformateurs de pili, provenant chacun d'une province différente.
- Sélection du produit et recensement/création de l'association : L'association Orgullo Kan Bicol (OKB) a été sélectionnée en tant que bénéficiaire pour la création et l'enregistrement d'une marque collective. Ses membres produisent divers types de produits dérivés de l'arbre tropical "Pili", notamment des noix, des pâtisseries, de l'artisanat à partir de la coquille et des produits cosmétiques à partir de l'huile.
- Ateliers avec les membres de l'OKB : En raison de la pandémie de COVID-19, les ateliers sur les principaux éléments de leur marque collective se sont tenus virtuellement sur Zoom les 11 et 12 août, et les 7 et 16 septembre 2021. Ces ateliers ont porté sur le règlement d'usage, la liste des produits à couvrir et la conception du logo.

- Règlement d'usage : Le règlement d'usage de la marque collective a été rédigé en anglais par le consultant national du projet et adopté par la suite par les membres de l'OKB.
- Conception du logo : Un prestataire local a été chargé de concevoir le logo de la marque collective. Le logo a été finalisé en décembre 2021. Un accord de cession du droit d'auteur a été ensuite établi, puis signé par l'OMPI et l'OKB en mars 2022, afin de céder officiellement le droit d'auteur sur le logo à l'association.
- Enregistrement de la marque collective : Le certificat d'enregistrement a été délivré le 25 avril 2022.
- Cérémonie de lancement : La cérémonie de lancement de la marque collective s'est déroulée à Legazpi City, le 14 juin 2022. Une visite de terrain a également été organisée pour discuter avec les producteurs de l'OKB de l'utilisation future de la marque collective.
- Formation sur les marques collectives : En raison de la pandémie de COVID-19, une formation de trois jours a été organisée sur Zoom les 3, 4 et 11 octobre 2022 à l'intention du personnel de l'IPOPHL. Cette formation visait à renforcer les capacités et les connaissances du personnel de l'IPOPHL et portait sur les avantages des marques collectives, les identificateurs d'origine, les normes et les exigences, l'engagement des parties prenantes, ainsi que sur la gouvernance et la gestion des associations.
- Ateliers sur demande avec les membres de l'OKB : Cinq ateliers ont été organisés en mars et avril 2023 à la demande des membres de l'OKB, afin de renforcer les capacités de ces derniers en matière de gestion et d'utilisation de la marque collective. Ces ateliers ont abordé, entre autres, les opportunités et les défis liés aux marques collectives, le règlement d'usage, les normes et les exigences, ainsi que la gouvernance interne.
- Matériel de sensibilisation : Le matériel de sensibilisation élaboré dans le cadre de ce projet aux Philippines comprend un guide pratique et une courte vidéo, en langue anglaise. Un dépliant et une brochure ont également été élaborés, décrivant l'association OKB et la marque collective nouvellement créée.

Le guide pratique est disponible sur le site Web de l'IPOPHIL, à l'adresse suivante : www.ipophil.gov.ph/trademark/

La courte vidéo est disponible sur la page Web de l'OMPI consacrée au projet pour [les Philippines](#).

Tunisie

- Composition de l'équipe et plan de mise en œuvre à l'échelle nationale : En mars 2021, le plan de mise en œuvre à l'échelle nationale pour la Tunisie était rédigé et approuvé. La Tunisie a désigné un coordonnateur de projet local au sein de l'Office national de la propriété intellectuelle (INNORPI).

	<p>Deux consultants nationaux ont par ailleurs été engagés en renfort pour le projet.</p> <ul style="list-style-type: none">• <u>Étude exploratoire</u> : L'étude exploratoire sur les groupes potentiels de producteurs et leurs produits pouvant bénéficier de l'utilisation de marques collectives a été réalisée en français par les consultants nationaux du projet et achevée en mai 2021.• <u>Séance d'information</u> : Une séance d'information portant sur les avantages potentiels de l'utilisation des marques collectives s'est tenue sous une forme hybride le 25 juin 2021. L'OMPI a participé virtuellement à l'événement sur Zoom, et les deux consultants nationaux du projet y ont assisté en personne.• <u>Sélection du produit et recensement/création de l'association</u> : Un groupe de producteurs de miel et de produits dérivés du miel, d'huile essentielle et d'autres produits locaux de la région de Ghardimaou, Jendouba, a été sélectionné. Dans le cadre de ce projet, l'OMPI a aidé les producteurs à créer l'Association des producteurs pour la promotion des produits de Ghardimaou (APROG) pour permettre le développement et l'enregistrement de leur marque collective.• <u>Ateliers avec les membres de l'APROG</u> : Une première table ronde sur les principaux éléments de la marque collective s'est tenue le 6 septembre 2021. Celle-ci a été suivie d'un atelier qui s'est tenu sous une forme hybride le 18 novembre 2021. L'atelier visait à guider le groupe de producteurs sélectionné dans le développement de leur marque collective et dans la création de l'association. L'OMPI a participé à cet atelier virtuellement sur Zoom, et un consultant national y a assisté en personne. Un deuxième atelier, également organisé sous une forme hybride, a eu lieu le 28 mars 2022. Cet atelier portait sur les règles régissant l'utilisation de la marque collective. Comme pour le premier atelier, l'OMPI a participé à cet atelier virtuellement sur Zoom, et un consultant national y a assisté en personne. Un troisième atelier a été organisé à Ghardimaou, Jendouba, les 23 et 24 janvier 2023, afin de renforcer la capacité des membres de l'APROG à utiliser efficacement leur marque collective après l'enregistrement.• <u>Règlement d'usage</u> : Le règlement d'usage de la marque collective a été rédigé en français par les consultants nationaux du projet et adopté par la suite par les membres de l'APROG. Outre le règlement d'usage, un cahier des charges a été élaboré.• <u>Conception du logo</u> : Un prestataire local a été chargé de concevoir le logo de la marque collective. Le logo a été finalisé en mai 2022. Un accord de cession du droit d'auteur a été ensuite établi, puis signé par l'OMPI et l'APROG en novembre 2022, afin de céder officiellement le droit d'auteur sur le logo à l'association.• <u>Formation sur les marques collectives</u> : Une formation de deux jours a été organisée à Tunis et à Jendouba les 1^{er} et 2 juin 2022. La première journée de formation visait à renforcer
--	---

les capacités et les connaissances du personnel de l'INNORPI en matière de développement et d'enregistrement des marques collectives. La deuxième journée de formation a permis de finaliser et d'adopter le règlement d'usage et le cadre juridique interne de l'association APROG.

- Enregistrement de la marque collective : Le certificat d'enregistrement a été délivré le 27 octobre 2022.
- Cérémonie de lancement : La cérémonie de lancement de la marque collective s'est déroulée à Ghardimaou, Jendouba, le 27 juillet 2023. Une visite de terrain à une foire commerciale a été organisée après le lancement, ce qui a permis aux membres de l'APROG de présenter et de promouvoir leurs produits associés à la marque collective et d'entrer en relation avec des consommateurs potentiels, favorisant ainsi le développement économique de la région.
- Matériel de sensibilisation : Le matériel de sensibilisation élaboré dans le cadre de ce projet en Tunisie comprend un guide pratique, un dépliant promotionnel et une courte vidéo, en langue française.

Le guide pratique est disponible à l'adresse suivante :

www.innorpi.tn/sites/default/files/inline-files/Guide%20de%20la%20marque%20collective%20fr.pdf

Le dépliant promotionnel est disponible à l'adresse suivante :

www.innorpi.tn/sites/default/files/inline-files/depliant%20fr.pdf

La courte vidéo est disponible sur la page Web de l'OMPI consacrée au projet pour la [Tunisie](#).

Activités horizontales :

- Le [site Web](#) de l'OMPI comporte une page spécialement consacrée à ce projet, disponible dans les six langues officielles de l'ONU et également en portugais. Sur la page principale, une vidéo de sensibilisation générale sur les marques collectives est diffusée en anglais, français, espagnol, arabe et portugais.
- Des vidéos d'une minute ont été produites à des fins de sensibilisation et de promotion de l'OMPI sur les médias sociaux, sur la base des courtes vidéos élaborées pour chaque pays bénéficiaire.
- Une manifestation sera organisée en marge de la 32e session du CDIP, au cours de laquelle les quatre pays bénéficiaires présenteront les résultats du projet aux États membres.
- Une exposition sera également organisée pour présenter les résultats du projet dans chaque pays bénéficiaire.
- Un témoignage vidéo de chaque pays bénéficiaire a été réalisé et sera diffusé lors de la 32^e session du CDIP.

<p><u>Principaux résultats et effets du projet</u></p>	<p>Principaux résultats :</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Le projet a guidé les membres de l'association sélectionnée dans chaque pays bénéficiaire tout au long de la procédure de développement d'une marque collective, depuis la conception du logo de la marque collective jusqu'à l'enregistrement de la marque collective, et les a formés à la gestion et à l'utilisation de la marque collective.✓ L'élaboration de matériel de sensibilisation dans la langue locale s'est avérée fondamentale pour renforcer les capacités et les connaissances des membres des associations sélectionnées et pour atteindre d'autres parties prenantes au niveau local.✓ Les membres des associations de producteurs sélectionnées connaissent mieux les marques collectives grâce aux activités et aux consultations menées durant la phase de mise en œuvre du projet.✓ La gouvernance ainsi que la coopération entre les membres des associations sélectionnées semblent renforcées grâce aux activités menées en faveur du développement de la marque collective.
<p><u>Expérience acquise et enseignements tirés</u></p>	<p>Enseignements tirés :</p> <ul style="list-style-type: none">• La collaboration avec un vaste ensemble d'institutions nationales et locales a été essentielle à la réussite du projet. En particulier, les institutions apportant leur appui aux entreprises et producteurs locaux ont facilité la communication avec les associations choisies et joueront un rôle crucial dans la phase postérieure à la mise en œuvre.• Dans ce type de projet, la sélection des associations/groupes de producteurs pilotes est l'une des étapes les plus importantes. Plus on consacre de temps et d'efforts à l'analyse minutieuse des associations pilotes, plus la mise en œuvre du projet sera réussie, harmonieuse et facile.• Lorsque les associations/groupes de producteurs avaient été créés avant le début du projet, il a été plus facile pour ces groupes de travailler ensemble pour développer et enregistrer leur marque collective.• Les membres des associations sélectionnées pourraient avoir besoin d'une aide supplémentaire pour la gestion, l'utilisation et le contrôle de la marque collective après l'enregistrement.• La souplesse dans la gestion du projet a été un élément essentiel pour répondre aux défis posés par la pandémie de COVID-19 et s'adapter aux besoins et à la situation de chaque pays bénéficiaire.• Bien que la grande majorité des activités du projet aient été menées sous des formes virtuelles ou hybrides, les activités en personne demeurent très importantes dans certains cas, par exemple pour l'interaction avec les associations de producteurs, souvent situées dans des zones rurales et isolées.

<p><u>Risques et mesures d'atténuation</u></p>	<p>Les risques ci-après ont été recensés et se sont concrétisés au cours de la mise en œuvre du projet. Les stratégies d'atténuation ont également été celles qui ont été recensées et mises en œuvre.</p> <p><u>Risque n° 1</u> : Possible récurrence de la COVID-19 ou d'une crise similaire et donc de confinements et d'autres mesures restrictives empêchant la mise en œuvre du projet.</p> <p><u>Stratégie d'atténuation n° 1</u> : Suivi de la situation dans les pays bénéficiaires et échanges réguliers avec les coordonnateurs locaux. Si nécessaire, une prolongation de la durée du projet sera demandée au CDIP. Adaptation des modalités de mise en œuvre des activités (réunions virtuelles en priorité, minimum de déplacements) si possible.</p> <p><u>Risque n° 2</u> : Les associations de producteurs pourraient avoir besoin d'une assistance supplémentaire pour utiliser efficacement la marque collective une fois le projet achevé.</p> <p><u>Stratégie d'atténuation n° 2</u> : Sur demande, l'équipe chargée du projet fournira un appui aux associations sélectionnées concernant l'utilisation et le contrôle de la marque collective, sous réserve du calendrier du projet et du budget prévu.</p>
<p><u>Taux de réalisation du projet</u></p>	<p>Le taux d'exécution du budget à la fin du mois de février 2024, par rapport au budget total alloué aux dépenses autres que les dépenses de personnel était de : 85%. Le budget du projet pour les dépenses de personnel n'a pas été utilisé, car la mise en œuvre a été effectuée par le personnel de la Division de la coordination du Plan d'action pour le développement.</p> <p>Des informations plus détaillées figurent à l'annexe II du présent document.</p>
<p><u>Rapports précédents</u></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le premier rapport sur l'état d'avancement du projet était contenu dans l'annexe II du document CDIP/26/2. 2. Le deuxième rapport sur l'état d'avancement du projet était contenu dans l'annexe II du document CDIP/26/2. 3. Le troisième rapport sur l'état d'avancement du projet était contenu dans l'annexe I du document CDIP/31/3.
<p><u>Suivi et diffusion</u></p>	<p>Suivi</p> <p>Chaque pays bénéficiaire est encouragé à utiliser l'expérience, les connaissances et le matériel de sensibilisation générés par ce projet pour aider d'autres entreprises locales à développer et à enregistrer leur propre marque collective. Parmi les actions possibles, citons l'organisation d'ateliers de formation fondés sur le guide pratique et la réalisation d'activités de sensibilisation à l'aide du dépliant promotionnel et de la courte vidéo.</p> <p>Diffusion :</p> <p>La page Web de l'OMPI consacrée à ce projet comprend l'ensemble de la documentation et du matériel de sensibilisation élaborés dans le cadre du projet. La page Web est disponible dans les six langues</p>

officielles de l'ONU et en portugais. Elle restera accessible sur le site Web de l'OMPI et sera mise à jour, selon que de besoin.

Toutes les informations pertinentes concernant les projets sont également disponibles dans le catalogue répertoriant les projets du Plan d'action pour le développement et les résultats, à l'adresse : https://dacatalogue.wipo.int/projects/DA_1_4_10_01

AUTO-ÉVALUATION DU PROJET

Code d'évaluation

****	***	**	AP	s.o.
Objectifs pleinement atteints	Progrès considérables	Quelques progrès	Aucun progrès	Non évalué/abandonné

<u>Résultats du projet</u> (Résultat escompté)	<u>Indicateurs d'exécution</u> (indicateurs de résultats)	<u>Données relatives à l'exécution</u>	<u>Code d'évaluation</u>
Sélection de trois pays bénéficiaires (en plus de l'État plurinational de Bolivie)	Trois pays sont sélectionnés (sur la base des critères de sélection convenus); et	Entièrement atteint : Outre l'État plurinational de Bolivie, les Philippines, le Brésil et la Tunisie ont été sélectionnés.	****
	Des coordonnateurs chargés de la mise en œuvre du projet dans les différents pays ont été désignés.	Des coordonnateurs locaux ont été désignés dans chacun des quatre pays bénéficiaires.	
Approbation des plans de mise en œuvre des projets au niveau national.	Quatre plans de mise en œuvre des projets ont été élaborés et approuvés (un par pays bénéficiaire).	Entièrement atteint : des plans de mise en œuvre du projet au niveau national ont été élaborés et approuvés dans chacun des quatre pays bénéficiaires.	****
Réalisation de quatre études exploratoires sur des produits ou services pouvant bénéficier de l'utilisation de marques collectives (une par pays bénéficiaire)	Études exploratoires finales validées par les coordonnateurs locaux des pays bénéficiaires et le Secrétariat de l'OMPI	Entièrement atteint : Quatre études exploratoires achevées.	****
Événements d'information à l'intention des autorités locales et des entrepreneurs locaux sur les avantages potentiels de l'utilisation des marques collectives	Un pourcentage important des participants à ces événements a fait état d'une meilleure compréhension des avantages potentiels de l'utilisation des marques collectives.	Entièrement atteint : Trois séances d'information ont été organisées, avec une moyenne de plus de 90% des participants dans les quatre pays bénéficiaires indiquant que les séances avaient été utiles ou très utiles pour mieux comprendre les marques collectives.	****
Sélection dans chaque pays bénéficiaire d'un	Un produit a été sélectionné et une	Entièrement atteint : Quatre produits ont été	****

produit pour lequel une marque collective sera créée et enregistrée, et création d'une association ou recensement d'une association déjà existante	association créée/recensée dans chaque pays bénéficiaire.	sélectionnés et quatre associations ont été créées/recensées.	
Ateliers avec les membres des associations	Large consensus entre les membres des associations sur les principaux éléments du développement et de l'enregistrement de la marque collective.	Entièrement atteint : Au cours des ateliers organisés dans les quatre pays bénéficiaires, il y a eu un large consensus entre les membres des associations sur les principaux éléments du développement et de l'enregistrement de la marque collective.	****
Rédaction et adoption du règlement d'usage de la marque collective (dans chaque pays bénéficiaire)	Un règlement d'usage a été rédigé et adopté dans chaque pays bénéficiaire.	Entièrement atteint : Quatre ensembles de règlements d'usage rédigés et adoptés.	****
Conception du logo de la marque collective (dans chaque pays bénéficiaire)	Conception du logo de la marque collective (dans chaque pays bénéficiaire)	Entièrement atteint : Quatre logos conçus.	****
Enregistrement de la marque collective (dans chaque pays bénéficiaire)	Une marque collective a été enregistrée dans chaque pays bénéficiaire.	Entièrement atteint : Quatre marques collectives enregistrées.	****
Événements pour le lancement de la marque collective	Organisation réussie d'événements de lancement (un pour chaque marque collective/pays bénéficiaire)	Entièrement atteint : Les cérémonies de lancement ont été organisées avec succès dans chacun des quatre pays bénéficiaires.	****
Élaboration d'un guide pratique sur l'élaboration et l'enregistrement des marques collectives, aux fins de leur reproduction dans d'autres contextes	Guide pratique élaboré pour chaque pays bénéficiaire	Entièrement atteint : Quatre guides pratiques ont été élaborés et validés par les coordonnateurs locaux.	****
Conduite d'activités de formation pour les offices de propriété intellectuelle sur le développement et	Un pourcentage important de participants a indiqué que les formations avaient amélioré leurs	Entièrement atteint : Des activités de formation ont été organisées dans les quatre pays bénéficiaires, avec une moyenne de 90%	****

l'enregistrement de marques collectives (dans chaque pays bénéficiaire)	connaissances et leurs compétences concernant le développement et l'enregistrement de marques collectives.	des participants indiquant que ces formations avaient été utiles ou très utiles pour mieux comprendre l'élaboration, l'enregistrement et l'utilisation des marques collectives.	
Production de matériel de sensibilisation (dans chaque pays bénéficiaire)	Une brochure promotionnelle et une courte vidéo ont été produites (pour chaque pays bénéficiaire).	Entièrement atteint : Quatre dépliants promotionnelles et quatre vidéos de sensibilisation ont été produits	****

[L'annexe II suit]

Projet du Plan d'action pour le développement relatif à l'enregistrement des marques collectives des entreprises locales en tant qu'axe transversal du développement économique

Utilisation des ressources au 15 mars 2024

(en francs suisses)

Catégorie de coûts	Budget du projet	Dépenses ¹	Utilisation du budget
Ressources en personnel	125 000	–	0%
Autres ressources	325 000	277 008	85%
Total	450 000	277 008	62%

¹ Exclut les dépenses relatives à l'évaluation du projet et à la manifestation organisée en marge du CDIP. Le budget alloué aux dépenses de personnel n'a pas été utilisé, car la mise en œuvre a été effectuée par le personnel de la Division de la coordination du Plan d'action pour le développement.

[Fin de l'annexe II et du document]