

# OMPI



CDIP/5/5

ORIGINAL : anglais

DATE : 2 mars 2010

F

ORGANISATION MONDIALE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE  
GENÈVE

## COMITÉ DU DÉVELOPPEMENT ET DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE (CDIP)

**Cinquième session**  
**Genève, 26 – 30 avril 2010**

PROJET SUR LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET LA CRÉATION DE MARQUES  
DE PRODUITS AUX FINS DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES DANS  
LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT ET LES PAYS LES MOINS AVANCÉS (PMA)

*établi par le Secrétariat*

1. À la quatrième session du Comité du développement et de la propriété intellectuelle (CDIP), tenue du 16 au 20 novembre 2009, tout en examinant le document CDIP/4/12 concernant la proposition de la République de Corée relative au “Programme visant à aider les agriculteurs et les producteurs des PMA à obtenir des marques pour leurs produits”, le comité a demandé au Secrétariat d’établir un descriptif de projet concernant ladite proposition, qui tienne compte des observations formulées par les délégations (voir paragraphe 9 du Résumé du président).
2. En conséquence, un projet intitulé “Propriété intellectuelle et création de marques de produits aux fins de développement des entreprises dans les pays en développement et les pays les moins avancés (PMA)” a été établi et joint en annexe au présent document.

3. Le coût de ce projet est estimé à 885 000 francs suisses, dont 660 000 francs suisses pour les dépenses autres que les dépenses de personnel et 225 000 francs suisses pour les dépenses de personnel, étant entendu que ce sont des membres du personnel de l'OMPI qui seront affectés à la mise en œuvre de ce projet.

4. *Le CDIP est invité à examiner l'annexe du présent document.*

[L'annexe suit]

## ANNEXE

RECOMMANDATIONS N<sup>OS</sup> 4 ET 10 DU PLAN D'ACTION POUR LE  
DEVELOPPEMENT

## MODELE DES DESCRIPTIFS DE PROJET

<b>1. RESUME</b>	
<u>Code du projet</u> :	DA_4_10_01
<u>Titre</u> :	Propriété intellectuelle et création de marques de produits aux fins de développement des entreprises dans les pays en développement et les pays les moins avancés (PMA)
<u>Recommandation(s) du Plan d'action pour le développement</u> :	<p>Recommandation n° 4 : Accorder une attention particulière aux besoins des PME, des institutions chargées de la recherche scientifique et des industries culturelles et aider les États membres, à leur demande, à élaborer des stratégies nationales appropriées dans le domaine de la propriété intellectuelle.</p> <p>Recommandation n° 10 : Aider les États membres à développer et à améliorer les capacités institutionnelles nationales en propriété intellectuelle par le développement des infrastructures et autres moyens en vue de renforcer l'efficacité des institutions nationales de propriété intellectuelle et de concilier protection de la propriété intellectuelle et préservation de l'intérêt général. Cette assistance technique devrait également être étendue aux organisations sous régionales et régionales œuvrant dans le domaine de la propriété intellectuelle.</p>
<u>Budget du projet</u> :	Dépenses autres que les dépenses de personnel : 660 000 francs suisses Dépenses de personnel : 225 000 francs suisses
<u>Durée du projet</u> :	36 mois
<u>Principaux secteurs de l'OMPI concernés et liens avec les programmes de l'OMPI</u> :	<p>Secteur de la coopération pour le développement et Secteur des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques</p> <p>Liens avec les programmes 2, 4, 8, 9 et 30 de l'OMPI</p>
<u>Brève description du projet</u> :	Le projet vise essentiellement à aider les petites et moyennes entreprises (PME), tout particulièrement celles qui résultent de l'association de groupes locaux d'agriculteurs et de producteurs dans les pays en développement et les pays les moins avancés (PMA), à concevoir et exécuter des stratégies en vue d'une utilisation adéquate de la propriété intellectuelle dans la création de marques de produits. Ainsi, le projet contribuera à promouvoir le développement des communautés locales et à renforcer les capacités, à l'échelon tant des communautés que des institutions, en s'attachant à la promotion et à l'utilisation stratégique de la propriété intellectuelle, en particulier indications géographiques et marques.

	<p>Le projet est fondé sur une proposition présentée par la République de Corée à la troisième session du CDIP (document CDIP/3/7) et approuvé, pour la première étape, à la quatrième session du comité. Tous les éléments de la proposition initiale sont abordés par le présent descriptif de projet, qui présente, toutefois, une structure plus rigoureuse pour suivre l'obtention des résultats escomptés.</p> <p>L'identification par une marque est l'un des instruments les plus puissants pour renforcer la valeur commerciale des produits, mais les agriculteurs et les producteurs des pays en développement – en particulier des pays les moins avancés (PMA) – ont rarement la capacité de commercialiser leurs produits sous une marque. L'utilisation adéquate des droits de propriété intellectuelle, en particulier indications géographiques et marques, permettrait de valoriser leurs produits, d'augmenter les revenus tirés de l'exportation et d'atténuer la pauvreté. Qui plus est, des méthodes traditionnelles de production, associées à des procédés novateurs et à l'engagement des communautés locales, peuvent contribuer à fixer de nouvelles normes de développement social, économique et écologique. Les capacités institutionnelles permettant une utilisation efficace de la propriété intellectuelle, des infrastructures et des dispositifs appropriés seront également élaborés au titre du projet.</p> <p>En offrant un instrument pratique pour le développement des entreprises locales, le projet traduit l'esprit du Plan d'action pour le développement, orientant les activités de coopération de l'OMPI dans le cadre des priorités nationales en matière de développement.</p>
<h2>2. DESCRIPTION DU PROJET</h2>	
<h3>2.1. Exposé de la question ou du problème</h3>	
<p>Les produits des différentes régions du monde jouissent d'un prestige et d'une reconnaissance internationale grandissants, leurs caractéristiques étant liées à leur terroir et aux méthodes de production qui confèrent aux produits leurs qualités exceptionnelles. La valorisation et la commercialisation de ces produits bénéficient de l'utilisation stratégique des droits de propriété intellectuelle, tels qu'indications géographiques, marques de produits, marques de certification et marques collectives. Toute stratégie appropriée de création de marques qui utilise, entre autres une indication géographique, une marque et un label "commerce équitable", valorise le produit, contribue à accroître la demande sur le marché, ainsi que la rentabilité pour les producteurs. Ce type de stratégie peut constituer un élément essentiel du développement local ou rural en raison des avantages qu'elle peut offrir à un grand nombre de producteurs ou d'agriculteurs qui ont constitué une alliance commerciale stratégique. Dans la perspective d'aider les communautés locales – et tout particulièrement les PME d'agriculteurs et de producteurs – à concevoir et mettre en œuvre une stratégie de création de marques fructueuse, le projet reposera sur les trois principaux éléments suivants :</p> <p>a. <u>Recherche et élaboration d'une stratégie en matière de propriété intellectuelle</u> : cette phase commencera par la cartographie et la reconnaissance de produits, de groupes de produits, dont les caractéristiques uniques sont liées à une communauté ou région particulière, où les producteurs ont déjà constitué une association, ou manifesté un intérêt de former une alliance, de créer des marques et de commercialiser leurs produits (1). Pour chaque produit répertorié, le projet aidera les communautés locales et leurs PME à élaborer et appliquer une stratégie de création de marques, visant l'utilisation de la propriété intellectuelle, en particulier indications géographiques, marques et signes distinctifs, ainsi que d'autres possibilités de certification, à savoir label "commerce équitable" ou "organique". La stratégie indiquera les mesures à prendre et les instruments à utiliser dans chaque cas en vue de développer le type de produit, le protéger et le commercialiser.</p>	

b. Renforcement des capacités : cette phase, qui comprendra une série de programmes de formation destinés aux associations de producteurs et d'agriculteurs, ainsi qu'aux fonctionnaires et au personnel des offices de propriété intellectuelle, portera sur les questions techniques en matière de propriété intellectuelle, les possibilités de création de marques et de commercialisation et sur la sensibilisation des parties prenantes.

c. Sensibilisation : cette phase servira à mettre en évidence les données d'expérience et les méthodes stratégiques recensées durant l'exécution du projet lors d'une conférence à organiser sur le thème "Promouvoir le développement des entreprises par la création de marques de produits" (2). La conférence, destinée aux décideurs, représentants de communautés locales, ONG et organisations intergouvernementales, servira également de tribune pour présenter les méthodes utilisées aux fins de création de marques de produits, à l'avantage des communautés locales.

- 1) Dans le cadre du présent projet, les régions et les produits seront recensés dans des pays où il existe déjà un cadre juridique qui protège les indications géographiques et les signes distinctifs.
- 2) La proposition visant à tenir une conférence sur ce thème figurait dans la communication initiale de la République de Corée durant la troisième session du CDIP et a été approuvée, pour la première étape, durant la quatrième session du CDIP. Toutefois, dans le présent descriptif de projet, la conférence aurait lieu à la fin du cycle du projet pour ainsi mieux servir de tribune où données d'expérience et enseignements tirés du projet, après son exécution effective, seraient échangés.

## 2.2. Objectifs

Portant sur les recommandations n<sup>os</sup> 4 et 10 du Plan d'action pour le développement, le projet vise à atteindre les objectifs suivants :

- Contribuer au développement des entreprises des communautés locales en mettant en place des alliances stratégiques d'associations de producteurs et d'agriculteurs, de PME et d'institutions publiques, pour créer des marques de produits grâce à l'utilisation stratégique des droits de propriété intellectuelle.
- Améliorer les capacités des institutions nationales, notamment des offices de propriété intellectuelle, à appliquer efficacement les procédures d'enregistrement et d'examen de marques et d'indications géographiques.
- Sensibiliser à l'incidence de la création de marques de produits sur le développement des entreprises des communautés locales et des PME locales, dans le cadre des priorités du développement durable.

## 2.3. Stratégie de mise en œuvre

Le projet sera mis en œuvre dans trois pays, chacun dans une région différente, en vue de créer une marque distincte pour deux produits, dans chaque pays. Dans la mesure du possible, le projet comprendra des possibilités pratiques d'étendre l'expérience nationale à l'échelon sous-régional. Les pays seront choisis sur la base de critères, parmi lesquels : existence d'un cadre juridique pour la protection des indications géographiques et des signes distinctifs; soutien et engagement politique vers le développement de la communauté locale; existence de mécanismes d'association des agriculteurs et producteurs locaux; produits ou groupes de produits particuliers, ayant des caractéristiques bien déterminées et le potentiel d'être protégés par des droits de propriété intellectuelle ou commercialisés sous une marque.

Les trois éléments du projet (voir le point 2.1) se renforceront mutuellement aux fins d'efficacité et de durabilité. Plus particulièrement, les tâches et activités ci-après serviront à atteindre les objectifs ci-dessus :

- a. Recherche et élaboration de stratégies pertinentes de création de marques pour des produits particuliers permettront d'atteindre l'objectif de développement des entreprises. La recherche, en étroite consultation avec les autorités compétentes et les communautés locales, servira à recenser, dans chaque pays, au minimum deux produits qui ont un fort potentiel de valorisation de marques du fait de leurs qualités uniques et qui bénéficient d'un soutien suffisant de la part des associations locales de producteurs ou d'agriculteurs et des autorités locales pour permettre d'élaborer une stratégie de création de marques. Cette stratégie s'appuiera sur des éléments clés, tels que caractéristiques et besoins propres au lieu d'origine ou de production, organisation de groupes de producteurs, cadres juridiques et réglementaires en vigueur, potentiel de commerce intérieur et d'exportation.
- b. Pour atteindre l'objectif du renforcement des capacités, une série d'ateliers et de séminaires sera mise en place à l'intention des communautés locales, des associations de producteurs, d'agriculteurs et de PME, des offices de propriété intellectuelle et des autorités gouvernementales, dont l'objet est d'accroître leurs connaissances du système de propriété intellectuelle, ainsi que leur capacité à l'utiliser efficacement, aux fins de commercialisation de produits sous une marque.
- c. Pour atteindre l'objectif de sensibilisation, les données d'expérience rassemblées durant l'exécution du projet seront recensées, puis échangées lors d'une conférence des parties prenantes désireuses de soutenir le développement local par la création de marques de produits.

Des experts internationaux et locaux seront engagés en qualité de consultants, sous la coordination du Secteur de la coopération pour le développement, et chargés d'exécuter la stratégie de mise en œuvre. Le projet comptera sur l'appui des autorités gouvernementales pertinentes, dans chaque pays, notamment des offices nationaux de propriété intellectuelle.

### 3. EXAMEN ET EVALUATION

#### 3.1. Calendrier d'exécution du projet

Chaque phase du projet, telle qu'indiquée au point 2.1, fera l'objet d'un suivi permanent de son avancement. Il est notamment prévu, durant la première année, de mettre en œuvre la phase a) du projet. La deuxième année, la mise en œuvre de la phase b) commencera et se poursuivra durant la troisième année, parallèlement à la phase c). La troisième année se conclura par l'organisation de la conférence.

#### 3.2. Évaluation du projet

*[Outre l'évaluation du projet, certains projets feront également l'objet d'évaluations indépendantes]*

Résultats du projet	Indicateurs d'exécution (indicateurs de résultats)
Conclusion d'un accord entre associations locales de producteurs et d'agriculteurs et les autorités compétentes sur le potentiel de la création de marques de certains produits	Dans chacun des trois pays choisis, deux produits ont été répertoriés du fait de leurs qualités uniques et de leur potentiel élevé de valorisation de marque

<p>Début des consultations sur les choix et modalités stratégiques relatifs à la création de marques de produits, conformément aux directives proposées</p> <p>Sensibilisation, capacités et infrastructures accrues pour permettre l'utilisation stratégique de la propriété intellectuelle et d'autres options commerciales aux fins de création de marques de produits</p> <p>Convocation d'une conférence sur l'appui au développement des communautés locales par la création de marques de produits en vue d'échanger données d'expérience et enseignements tirés</p>	<p>Dans chaque pays, des directives ont été rédigées à l'intention des PME, des communautés locales et des associations de producteurs ou d'agriculteurs, pour concevoir et utiliser une marque de produit; des consultations ont commencé avec des parties prenantes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Des procédures et des règles ont été établies aux fins d'utilisation, d'administration et de gestion des droits de propriété intellectuelle (indications géographiques et marques);</li> <li>– Des normes et procédures ont été établies en matière de certification et de contrôle de qualité des produits</li> </ul> <p>Pour chaque produit recensé, une série d'ateliers sur le renforcement des capacités a été organisée sur la création de marques de produits à l'intention des communautés locales, des offices de propriété intellectuelle et autres autorités compétentes</p> <p>Des monographies ont été réunies et présentées à la conférence et les données d'expérience au titre du projet ont fait l'objet de documents pour la conférence</p>
<p><u>Objectifs du projet</u></p>	<p><u>Indicateurs de réussite dans la réalisation de l'objectif du projet (indicateurs de résultats)</u></p>
<p>Contribuer au développement des entreprises locales en aidant les PME, les associations d'agriculteurs et de producteurs dans les pays en développement et les PMA à créer des marques de produits grâce à l'utilisation stratégique de la propriété intellectuelle</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Promouvoir des alliances stratégiques de producteurs et d'agriculteurs, de petites et moyennes entreprises (PME) et d'institutions publiques pour créer des marques de produits grâce à l'utilisation de la propriété intellectuelle</li> <li>– Former des représentants de communautés locales, d'ONG et d'institutions nationales, notamment d'offices de propriété intellectuelle, à utiliser efficacement les procédures d'enregistrement, ainsi que d'examen de marques et d'indications géographiques</li> </ul>	<p>Suivi et vérification du système établi pour évaluer l'incidence des stratégies et mesures collectives en matière de marques sur les ressources locales et la durabilité; le système permet de comparer les résultats avant et après l'adoption de la stratégie et d'utiliser des mécanismes qui permettent de corriger d'éventuels effets préjudiciables</p> <p>Établissement de structures de coordination et lancement d'initiatives collectives communes visant à préserver la qualité, la commercialisation et la promotion de produits; système établi pour faire valoir les avantages accrus et les coûts réduits de la stratégie en matière de marques</p> <p>Un certain nombre de personnes formées dans les communautés locales, les offices de propriété intellectuelle et les autorités gouvernementales aux instruments juridiques pertinents en matière de protection et de création de marques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Formation du personnel des offices de propriété intellectuelle à l'application des procédures relatives aux enregistrements des indications géographiques</li> <li>– Jusqu'à six dépôts de demandes d'enregistrement de marques ou d'indications géographiques, liés aux produits répertoriés</li> </ul>





5. BUDGET

5.1. Budget du projet pour l'exercice biennal 2010-2011

	2010 [0030/09.1]	2011 [0030/09.1]	[Programme/ Unité budgétaire]	[Programme/ Unité budgétaire]	
<i>Voyage et bourses</i>					
Missions de fonctionnaires	15 000	40 000			
Voyages de tiers		80 000			
Bourses					
<i>Services contractuels</i>					
Conférences		10 000			
Honoraires d'experts		5 000			
Publications					
Autres (Contrats de louage de services)	105 000	285 000			
<i>Matériel et fournitures</i>					
Matériel					
Fournitures					
<b>TOTAL</b>	<b>120 000</b>	<b>420 000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>540 000</b>

5.2. Budget du projet au-delà de l'exercice biennal 2012-2013

	2012 [Programme/ Unité budgétaire]	[Programme/ Unité budgétaire]	[Programme/ Unité budgétaire]	[Programme/ Unité budgétaire]	
<i>Voyage et bourses</i>					
Missions de fonctionnaires					
Voyages de tiers	48 000				
Bourses					
<i>Services contractuels</i>					
Conférences	7 000				
Honoraires d'experts	5 000				
Publications	10 000				
Autres (Contrats de louage de services)	50 000				
<i>Matériel et fournitures</i>					
Matériel					
Fournitures					
<b>TOTAL</b>	<b>120 000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>120 000</b>

[Fin de l'annexe et du document]