

Comité du développement et de la propriété intellectuelle (CDIP)

Vingt et unième session
Genève, 14 – 18 mai 2018

ESTIMATION DES COÛTS LIÉS À LA MISE EN ŒUVRE DE LA FEUILLE DE ROUTE POUR ENCOURAGER L'UTILISATION DU FORUM SUR LE WEB MIS EN PLACE DANS LE CADRE DU "PROJET RELATIF À LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET AU TRANSFERT DE TECHNOLOGIE : ÉLABORER DES SOLUTIONS FACE AUX DÉFIS COMMUNS"

Document établi par le Secrétariat

1. À sa dix-huitième session tenue du 31 octobre au 4 novembre 2016, le Comité du développement et de la propriété intellectuelle (CDIP) est convenu d'aller de l'avant avec les points 1, 2, 3, 4 et 6 de la proposition commune faite par les délégations de l'Australie, du Canada et des États-Unis d'Amérique sur les activités relatives au transfert de technologie, figurant à l'annexe I du document CDIP/18/6 Rev. 1. Le paragraphe 4 de la proposition approuvée indique ce qui suit :

"[Nous proposons que] le Secrétariat encourage l'utilisation du forum sur le Web mis en place dans le cadre du 'Projet relatif à la propriété intellectuelle et au transfert de technologie : élaborer des solutions face aux défis communs', qui constitue un instrument utile pour répondre aux questions et préoccupations des États membres relatives au transfert de technologie. Le Secrétariat devrait aussi créer, sur la page Web de l'OMPI consacrée au transfert de technologie (mentionnée au point 1), un lien vers le forum sur le Web".

2. À sa vingtième session tenue du 27 novembre au 1^{er} décembre 2017, le comité a examiné la feuille de route pour encourager l'utilisation du forum sur le Web mis en place dans le cadre du "Projet relatif à la propriété intellectuelle et au transfert de technologie : élaborer des solutions face aux défis communs", figurant dans le document CDIP/20/7. À cet égard, le comité a prié le Secrétariat d'établir une estimation des coûts liés à la mise en œuvre des

actions possibles indiquées dans la feuille de route pour encourager l'utilisation du forum sur le Web mis en place dans le cadre du "Projet relatif à la propriété intellectuelle et au transfert de technologie : élaborer des solutions face aux défis communs" (document CDIP/6/4 Rev.)

3. L'annexe du présent document contient la liste des actions possibles indiquées dans la feuille de route ainsi qu'une estimation des coûts liés à la mise en œuvre de ces actions.

4. Le CDIP est invité à examiner les informations contenues dans l'annexe du présent document.

[L'annexe suit]

1. La feuille de route pour encourager l'utilisation du forum sur le Web mis en place dans le cadre du "Projet relatif à la propriété intellectuelle et au transfert de technologie : élaborer des solutions face aux défis communs" indiquait les actions possibles ci-après pour encourager l'utilisation du forum sur le Web mis en place au titre du projet du Plan d'action pour le développement relatif à la propriété intellectuelle et au transfert de technologie : "Élaborer des solutions face aux défis communs" :

Action possible n° 1 : dans un premier temps, procéder à une évaluation du public cible, des offres qu'il prend en compte et des services faisant concurrence au forum sur le Web, et examiner l'expérience des utilisateurs concernant ce forum.

Action possible n° 2 : dans un deuxième temps, mettre au point une stratégie en matière de contenu sur la base de l'évaluation et de l'examen de l'expérience des utilisateurs réalisés dans le cadre de l'action n° 1, en tenant compte des activités et capacités existantes au sein de l'OMPI et en évaluant les besoins en matière de ressources additionnelles. La stratégie en matière de contenu pourrait permettre d'identifier des types spécifiques de contenus générés professionnellement qui seraient produits pour le forum sur le Web et de contenus générés par les utilisateurs à attirer sur ce forum, ainsi que les liens entre ces types de contenus. La stratégie en matière de contenu pourrait également répondre à des questions telles que la forme efficace (notamment la formulation, le ton et les normes sociales) et déterminer les rôles et flux nécessaires.

Action possible n° 3 : Dans un troisième temps, mettre en place des exigences technologiques pour mettre en œuvre de manière efficace la stratégie en matière de contenu conformément à l'action n° 2 et assurer une gestion efficace des utilisateurs et des contenus, et trouver des plateformes remplissant ces critères, en tenant compte des ressources et capacités existantes au sein de l'OMPI.

Action possible n° 4 : dans un quatrième temps, déployer la plateforme conformément à l'action n° 3 et mettre en œuvre la stratégie en matière de contenu en accord avec l'action n° 2.

Action possible n° 5 : dans un cinquième temps, mettre en place une stratégie de promotion et de communication afin d'identifier les mécanismes efficaces par lesquels des segments du public cible déterminé dans l'évaluation mentionnée à l'action n° 1 pourraient être atteints, et définir des actions spécifiques à prendre, par exemple des liens sur des pages Web ou des campagnes par courrier électronique et sur les réseaux sociaux. Une des mesures qui ont déjà été prises est la création d'un lien sur la page "Transfert des technologies et du savoir" renvoyant vers le forum sur le Web.

Action possible n° 6 : en sixième lieu, chercher des partenariats avec des organisations qui ont établi des communautés dans le domaine du transfert de technologie afin d'attirer les utilisateurs sur le forum sur le Web et d'améliorer les services qu'il propose.

2. Compte tenu de la subordination entre les différentes tâches, les coûts liés à la mise en œuvre de l'action n° 4, notamment en ce qui concerne le déploiement de la plateforme, ne pourront être déterminés qu'une fois l'action n° 3 terminée (mise en place des exigences technologiques pour mettre en œuvre de manière efficace la stratégie en matière de contenu). Plusieurs solutions sont envisagées pour déployer la plateforme, chacune ayant des besoins très différents en matière de ressources. Parmi ces solutions, on peut citer : i) l'adaptation d'une plateforme de réseaux sociaux utilisée par l'OMPI, telle que la page wiki, Facebook ou LinkedIn; ii) l'adaptation d'une plateforme de réseaux sociaux utilisée par une organisation partenaire; ou iii) la mise au point d'une nouvelle plateforme de réseaux sociaux au sein de l'OMPI ou avec un partenaire.

3. Compte tenu de la subordination entre les différentes tâches, les coûts liés à la mise en œuvre de l'action n° 4, notamment en ce qui concerne la mise en œuvre de la stratégie en matière de contenu, ne pourront être déterminés qu'une fois l'action n° 2 terminée (mise au point d'une stratégie en matière de contenu). Le volume de contenu amélioré à créer pourrait varier considérablement selon la stratégie retenue, de même que les ressources nécessaires pour créer ce contenu.
4. Les coûts liés à la pérennisation des résultats obtenus dans le cadre de l'action n° 5, notamment en ce qui concerne la mise en œuvre des activités de promotion et de communication, ne pourront être déterminés qu'une fois l'action n° 5 terminée (mise en place d'une stratégie de promotion et de communication). Le nombre d'activités de promotion et de communication à mettre en œuvre pourrait varier considérablement selon la stratégie retenue, de même que les ressources nécessaires pour mettre en œuvre ces activités.
5. Les coûts liés à la mise en œuvre de l'action n° 6, notamment en ce qui concerne la recherche (et l'établissement) de partenariats pour les contenus, les plateformes, la promotion et la communication, ne pourront être déterminés qu'une fois les actions n^{os} 2, 3 et 5 terminées (mise en place des exigences technologiques, mise au point d'une stratégie en matière de contenu et mise en place d'une stratégie de promotion et de communication). L'ampleur et la nature de ces partenariats seraient déterminées en fonction de leur contribution à la création de contenu, au déploiement des plateformes et à la mise en œuvre des activités de promotion et de communication.
6. La mise en œuvre des actions possibles susmentionnées pourrait être répartie en deux phases : la première phase comprendrait la définition, l'évaluation et l'analyse des objectifs en ce qui concerne le forum sur le Web, le public cible, les services concurrents, l'expérience des utilisateurs, les exigences technologiques et les plateformes possibles pour le nouveau forum sur le Web (actions possibles n^{os} 1 et 3), ainsi que la mise au point de la stratégie en matière de contenu, la mise en place de la stratégie de promotion et de communication et la recherche de partenariats (actions possibles n^{os} 2, 5 et 6), alors que la seconde phase comprendrait le déploiement et l'exploitation du nouveau forum sur le Web (comme indiqué dans l'action possible n° 4).
7. Pour la mise en œuvre de la première phase, il faudrait recruter des experts externes dans le domaine de l'analyse des communications numériques, de l'élaboration de stratégies et de la création de contenu. Selon les estimations, les ressources nécessaires pour mettre en œuvre la première phase s'élèveraient à 120 000 francs suisses et la durée du projet, à compter de son approbation, serait de 12 mois.
8. Une fois la première phase terminée, une estimation des coûts liés à la mise en œuvre de la seconde phase serait établie pour examen par le Comité du développement et de la propriété intellectuelle.

1. RESSOURCES TOTALES PAR RÉSULTAT¹

Résultats	<i>(en francs suisses)</i>		
	Personnel	Autres dépenses	Total
Évaluation du public cible (public et demandes)	-	17 500	17 500
Évaluation des services concurrents	-	17 500	17 500
Examen de l'expérience des utilisateurs	-	17 500	17 500
Stratégie en matière de contenu avec échantillon de contenu	-	17 500	17 500
Contenu amélioré	À déterminer une fois mise au point la stratégie en matière de contenu		
Détermination des exigences technologiques	-	22 500	22 500
Plateforme du forum sur le Web améliorée	À déterminer une fois les exigences technologiques déterminées		
Stratégie de promotion et de communication	-	22 500	22 500
Promotion et communication	À déterminer une fois mise en place la stratégie de promotion et de communication		
Partenariats	À déterminer une fois la stratégie en matière de contenu mise au point (pour les partenariats concernant le contenu), les exigences technologiques déterminées (pour les partenariats concernant la plateforme) et la stratégie de promotion et de communication mise en place (pour les partenariats concernant la promotion et la communication)		
Total	-	120 000	120 000

¹ Ces dépenses n'étaient pas prévues dans le cadre du programme et budget initial 2018-2019.

2. DÉPENSES AUTRES QUE LES DÉPENSES DE PERSONNEL PAR CATÉGORIE DE COÛT²

	<i>(en francs suisses)</i>					Total
	Voyages et bourses		Services contractuels			
	Missions de fonctionnaires	Voyages de tiers	Publication	Services contractuels de personnes	Autres services contractuels	
Résultats						
Évaluation du public cible (public et demandes)	-	-	-	-	17 500	17 500
Évaluation des services concurrents	-	-	-	-	17 500	17 500
Examen de l'expérience des utilisateurs	-	-	-	-	17 500	17 500
Stratégie en matière de contenu avec échantillon de contenu	-	-	-	-	17 500	17 500
Contenu amélioré	À déterminer une fois mise au point la stratégie en matière de contenu					
Détermination des exigences technologiques	-	-	-	-	22 500	22 500
Plateforme du forum sur le Web améliorée	À déterminer une fois les exigences technologiques déterminées					
Stratégie de promotion et de communication	-	-	-	-	22 500	22 500
Promotion et communication	À déterminer une fois mise en place la stratégie de promotion et de communication					
Partenariats	À déterminer une fois la stratégie en matière de contenu mise au point (pour les partenariats concernant le contenu), les exigences technologiques déterminées (pour les partenariats concernant la plateforme) et la stratégie de promotion et de communication mise en place (pour les partenariats concernant la promotion et la communication)					
Total	-	-	-	-	120 000	120 000

² Ces dépenses n'étaient pas prévues dans le cadre du programme et budget initial pour 2018-2019.

3. CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

a) Première phase du projet : définition, évaluation et analyse

Activités	Trimestres 2018				Trimestres 2019			
	1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e
Recrutement d'experts en communication numérique		X						
Évaluation du public cible (public et demandes)			X	X				
Évaluation des services concurrents			X	X				
Examen de l'expérience des utilisateurs			X	X				
Stratégie en matière de contenu avec échantillon de contenu				X	X			
Contenu amélioré			X	X				
Détermination des exigences technologiques					X			
Plateforme du forum sur le Web améliorée			X	X				
Stratégie de promotion et de communication				X	X			
Partenariats			X	X	X	X	X	X

[Fin de l'annexe et du document]