

Comité du développement et de la propriété intellectuelle (CDIP)

Vingt-deuxième session
Genève, 19 – 23 novembre 2018

ESTIMATION ACTUALISÉE 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" MOYENNANT L'UTILISATION DES PLATEFORMES EXISTANTES

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 et 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.

3. À sa vingt et unième session, tenue du 14 au 18 mai 2018, le comité a examiné l'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", figurant dans le document CDIP/21/6 et a prié le Secrétariat de réviser la feuille de route et l'estimation des coûts en cas d'utilisation d'une plateforme existante, telle que la plateforme eTISC de l'OMPI.

4. L'annexe du présent document contient une version révisée 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", assortie d'une liste correspondante d'actions possibles et d'une estimation actualisée des coûts établie sur la base d'une mise en œuvre de ces actions au sein de la plateforme eTISC de l'OMPI.

5. 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 : dans un sixième temps, 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. Il est possible d'omettre la mise en place d'exigences technologiques et le recensement de plateformes remplissant ces critères conformément à l'action n° 3. La plateforme déployée dans le cadre de l'action n° 4 serait une plateforme multimédia existante spécifique utilisée par l'OMPI, à savoir la plateforme de réseaux sociaux eTISC.

3. Choisir cette solution permettrait de supprimer le coût de mise en œuvre de l'action n° 3 mais pourrait limiter : i) la mesure dans laquelle la plateforme déployée conformément à l'action n° 4 pourrait répondre aux conclusions de l'évaluation et de l'examen de l'expérience des utilisateurs réalisés dans le cadre de l'action n° 1; et ii) les types spécifiques de contenus générés professionnellement qui ont été recensés par la stratégie en matière de contenu

conformément à l'action n° 2. Ces limites résulteraient des possibilités restreintes de personnalisation offertes par la plateforme de réseaux sociaux eTISC.

4. Déployer la plateforme conformément à l'action n° 4 consisterait à personnaliser la plateforme de réseaux sociaux eTISC dans le cadre limité qu'elle offre, en tenant compte des résultats de l'évaluation et de l'examen de l'expérience des utilisateurs réalisés dans le cadre de l'action n° 1 et de la stratégie en matière de contenu conformément à l'action n° 2.

5. La feuille de route révisée comporterait ainsi les actions possibles ci-après :

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, compte tenu des possibilités limitées de personnalisation offertes par la plateforme de réseaux sociaux eTISC. 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, personnaliser la plateforme de réseaux sociaux eTISC et mettre en œuvre la stratégie en matière de contenu conformément à l'action n° 2.

Action possible n° 4 : dans un quatrième 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.

Action possible n° 5 : dans un cinquième temps, 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.

6. Compte tenu de la subordination entre les différentes tâches, les coûts liés à la mise en œuvre de l'action n° 3, 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.

7. Les coûts liés à la pérennisation des résultats obtenus dans le cadre de l'action n° 4, 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° 4 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.

8. Les coûts liés à la mise en œuvre de l'action n° 5, 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°s 2 et 4 terminées (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.

9. Pour la mise en œuvre des actions possibles susmentionnées, 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 s'élèveraient à 90 000 francs suisses et la durée du projet, à compter de son approbation, serait de 12 mois.

1. RESSOURCES TOTALES PAR RÉSULTAT¹

Produits du projet	(en francs suisses)		
	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	-	15 000	15 000
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		
Plateforme du forum sur le Web personnalisée	À déterminer une fois réalisé l'examen de l'expérience des utilisateurs		
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) et la stratégie de promotion et de communication mise en place (pour les partenariats concernant la promotion et la communication)		
Total	-	90 000	90 000

¹ Ces dépenses n'étaient pas prévues dans le cadre du programme et budget initial pour 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	
Produits du projet						
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	-	-	-	-	15 000	15 000
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					
Plateforme du forum sur le Web personnalisée	À déterminer une fois réalisé l'examen de l'expérience des utilisateurs					
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) et la stratégie de promotion et de communication mise en place (pour les partenariats concernant la promotion et la communication)					
Total	-	-	-	-	90 000	90 000

3. CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Activités	Trimestres 2018	Trimestres 2019	Trimestres 2020
------------------	------------------------	------------------------	------------------------

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

	1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	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		
Plateforme du forum sur le Web révisée									X	X		
Stratégie de promotion et de communication							X	X				
Partenariats									X	X	X	

[Fin de l'annexe et du document]