

## **Comité du développement et de la propriété intellectuelle (CDIP)**

**Vingt-deuxième session**  
**Genève, 19 – 23 novembre 2018**

### **RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE SUR LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE, LE TOURISME ET LA CULTURE : CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT ET PROMOTION DU PATRIMOINE CULTUREL EN ÉGYPTES**

*Étude établie par Mme May M. Hassan, fondatrice d'IP Mentor, avocate spécialisée en propriété intellectuelle, enquêtrice terrain et formatrice en propriété intellectuelle auprès de l'Académie nationale de la propriété intellectuelle (start-up)*

1. L'annexe du présent document contient un résumé de l'étude sur la propriété intellectuelle, le tourisme et la culture, notamment la contribution aux objectifs de développement et la promotion du patrimoine culturel en Égypte, établie dans le cadre du projet intitulé "Propriété intellectuelle, tourisme et culture : contribution aux objectifs de développement et promotion du patrimoine culturel en Égypte et dans d'autres pays en développement" (CDIP/15/7 Rev.). Cette étude a été conduite par Mme May M. Hassan, fondatrice d'IP Mentor, avocate spécialisée en propriété intellectuelle, enquêtrice terrain et formatrice en propriété intellectuelle auprès de l'Académie nationale de la propriété intellectuelle (start-up), en coordination avec le Secrétariat de l'OMPI.

2. *Le CDIP est invité à prendre note des informations contenues dans l'annexe du présent document.*

[L'annexe suit]

## PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE, TOURISME ET CULTURE : CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT ET PROMOTION DU PATRIMOINE CULTUREL EN ÉGYPTÉ

Cette étude a été menée dans le cadre du projet du Plan d'action de l'OMPI pour le développement intitulé "Propriété intellectuelle, tourisme et culture : contribution aux objectifs de développement et promotion du patrimoine culturel en Égypte et dans d'autres pays en développement". Elle présente dans un premier temps un aperçu du rôle essentiel que jouent le tourisme et le patrimoine culturel en Égypte, puis la méthode utilisée pour conduire cette étude.

L'étude met en lumière les possibilités qui existent, en ce qui concerne l'utilisation de certains outils de propriété intellectuelle, notamment les marques, le droit d'auteur et les droits connexes, les indications géographiques, les dessins et modèles, les brevets et les secrets d'affaires, pour promouvoir le tourisme et le patrimoine culturel en Égypte. Elle recense également les enjeux actuels en ce qui concerne la sensibilisation à la propriété intellectuelle, la gestion de la propriété intellectuelle, la politique en matière de propriété intellectuelle et les cadres institutionnels et juridiques de la propriété intellectuelle, tout en soulignant la nécessité de combler les lacunes correspondantes.

L'étude met l'accent sur quatre "attractions" touristiques sélectionnées par un Comité directeur national ad hoc sur la base de l'attractivité de l'offre touristique, qui comprennent des ressources naturelles et culturelles remarquables, des produits authentiques du terroir et des festivals traditionnels tels que le Festival du Soleil au Temple d'Abou Simbel. Dans chaque cas, le potentiel d'exploitation des actifs de propriété intellectuelle inhérents à chaque lieu a été évalué. Ces lieux ont également servi de référence pour contextualiser différents types de tourisme en Égypte, tous convergeant vers ce que l'on appelle le "tourisme expérientiel".

La route d'Assouan et de la Nubie a été choisie car elle présente un intérêt pour le tourisme culturel et de loisir, l'agritourisme et le tourisme thérapeutique. L'étude a porté sur l'utilisation des outils de propriété intellectuelle par rapport à l'offre touristique fondée sur les produits et services, qui comprend les visites de temples, de tombeaux, de monuments, d'églises, de bâtiments et de monastères anciens, les traditions orales telles que la langue, la littérature, les fables et les proverbes, ainsi que les costumes traditionnels, les chants et les danses folkloriques. Dans le cas de la route de l'oasis de Siwa, l'étude a porté sur l'utilisation des outils de propriété intellectuelle dans le tourisme d'aventure et le tourisme du bien-être, qui comprend les safaris et la pratique de la planche de dune, la thérapie par le sable et la nage dans de l'eau de source minérale, ainsi que les industries locales, l'artisanat authentique, la broderie et les traditions culinaires égyptiennes représentées par les délicieux plats de chaque lieu. Le Voyage de la Sainte Famille a été choisi par rapport au tourisme spirituel, car il s'agit d'une route de pèlerinage multiconfessionnel unique réunissant de nombreuses attractions dans un seul circuit reliant le Sinaï à l'est à la ville d'Assiout au sud. Le Musée national de la civilisation égyptienne (NMEC) a quant à lui été choisi pour évaluer l'utilisation qui est faite de la propriété intellectuelle dans le tourisme éducatif et culturel, car il est le premier musée de la civilisation du monde arabe et le seul musée en Égypte à donner une vue d'ensemble de tous les éléments de la civilisation égyptienne représentés notamment dans l'artisanat et l'industrie.

En outre, l'étude présente des exemples de réussite dans la promotion du tourisme et du patrimoine culturel en lien avec l'utilisation de la propriété intellectuelle, tout en formulant un certain nombre de recommandations pour relever les défis recensés. Ces recommandations prévoient des mesures pour préserver l'identité des lieux et leurs éléments caractéristiques et en même temps renforcer la compétitivité des entreprises locales dans le domaine du tourisme. Tout en reconnaissant le rôle que jouent les différents outils de propriété intellectuelle dans ces différents contextes, l'étude souligne l'importance du système des marques dans l'amélioration

de l'image de marque de certains lieux, notamment sur la base de leur particularité, afin de garantir l'"authenticité" de l'expérience touristique et des produits et services achetés par les touristes. Le système du droit d'auteur joue également un rôle dans la protection du contenu culturellement sensible que l'on trouve dans chacun de ces lieux, notamment dans les musées. Dans certains cas, l'utilisation d'appellations d'origine pourrait contribuer à l'image de marque des produits de qualité provenant de certaines régions présentant un intérêt touristique et accroître ainsi les possibilités de développement local.

[Fin de l'annexe et du document]