

Comité du développement et de la propriété intellectuelle (CDIP)

Vingt-quatrième session
Genève, 18 – 22 novembre 2019

PROPOSITION DE PROJET REVISEE PRESENTEE PAR L'ÉTAT PLURINATIONAL DE BOLIVIE SUR L'ENREGISTREMENT DES MARQUES COLLECTIVES DES ENTREPRISES LOCALES EN TANT QU'AXE TRANSVERSAL DU DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

établie par le Secrétariat

1. À sa vingt-troisième session, le Comité du développement et de la propriété intellectuelle (CDIP) a examiné le document CDIP/23/15 relatif à la proposition de projet présentée par l'État plurinational de Bolivie concernant l'enregistrement des marques collectives des entreprises locales en tant qu'axe transversal du développement économique. Le comité a "accueilli favorablement la proposition de projet et a prié la délégation de l'État plurinational de Bolivie de collaborer avec le Secrétariat pour développer ce projet plus avant et l'examiner à sa prochaine session".

2. L'annexe du présent document contient une proposition révisée de projet de l'État plurinational de Bolivie, établie avec l'appui du Secrétariat de l'OMPI.

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

[L'annexe suit]

RECOMMANDATIONS N^{OS} 1, 4 ET 10 DU PLAN D'ACTION POUR LE DEVELOPPEMENT

DESCRIPTIF DU PROJET

1. RÉSUMÉ	
<u>Cote du projet</u>	DA_1_4_10_01
<u>Titre</u>	Enregistrement des marques collectives des entreprises locales en tant qu'axe transversal du développement économique
<u>Recommandations du Plan d'action pour le développement</u>	<p><i>Recommandation n° 1</i> : L'assistance technique de l'OMPI doit notamment être axée sur le développement et la demande et elle doit être transparente; elle doit tenir compte des priorités et des besoins particuliers des pays en développement, en particulier des PMA, ainsi que des différents niveaux de développement des États membres et les activités doivent être menées à bien dans les délais. À cet égard, les mécanismes d'établissement et d'exécution et procédures d'évaluation des programmes d'assistance technique doivent être ciblés par pays.</p> <p><i>Recommandation n° 4</i> : Accorder une attention particulière aux besoins des petites et moyennes entreprises (PME), et des institutions chargées de la recherche scientifique ainsi que des organismes du secteur culturel, et à leur demande, aider les États membres à élaborer des stratégies nationales appropriées dans le domaine de la propriété intellectuelle.</p> <p><i>Recommandation n° 10</i> : 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>Brève description du projet</u>	<p>Le projet vise à permettre à l'office national compétent (le SENAPI pour l'État plurinational de Bolivie ou l'office correspondant dans chaque pays bénéficiaire) d'associer enregistrement des marques collectives et développement local en fournissant un appui aux petites et moyennes entreprises 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>Il est proposé de créer une "pépinière de marques collectives", avec la participation du SENAPI et des entités publiques et privées associées (dans chaque pays bénéficiaire), qui sera chargée d'évaluer la viabilité technique, financière et commerciale des produits et services considérés, de proposer des services de conseil technique pour la protection des marques et de faciliter l'enregistrement des marques collectives.</p>

	<p>Cela permettra de contribuer à la croissance économique et au développement des régions de l'État plurinational de Bolivie (et de trois autres pays en développement) en tirant parti de la relation entre capital social, entreprises de production et propriété intellectuelle.</p> <p>L'assistance technique comportera trois étapes. Il s'agira tout d'abord de recenser les entrepreneurs et les autres parties prenantes qui pourraient bénéficier de l'enregistrement d'une marque collective. La marque collective sera ensuite créée et enregistrée. Dans un troisième temps, une assistance sera fournie dans le cadre d'activités de sensibilisation et de renforcement des capacités en vue d'assurer sa viabilité.</p> <p><u>Résultat escompté du projet</u> La création d'un système d'appui et de renforcement pour faciliter l'enregistrement des marques collectives des entreprises locales en tant qu'axe transversal du développement économique productif.</p>
<u>Programme dont relève la mise en œuvre du projet</u>	8
<u>Liens avec d'autres programmes/projets du Plan d'action pour le développement</u>	<p>Programmes : 2, 6, 9 et 30</p> <p>Projets : DA_4_10_01, Propriété intellectuelle et commercialisation de produits aux fins de développement des entreprises dans les pays en développement et les pays les moins avancés; DA_4_10_02, Projet pilote sur la propriété intellectuelle et la gestion des dessins et modèles pour le développement des entreprises dans les pays en développement et les pays les moins avancés (PMA); DA_1_10_12_01, Propriété intellectuelle et tourisme gastronomique au Pérou et dans d'autres pays en développement : promouvoir le développement du tourisme gastronomique au moyen de la propriété intellectuelle; DA_1_10_12_40_01, Propriété intellectuelle, tourisme et culture : contribution aux objectifs de développement et promotion du patrimoine culturel en Égypte et dans d'autres pays en développement</p>
<u>Liens avec les résultats escomptés dans le programme et budget</u>	<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> : Renforcement des capacités en matière de ressources humaines pour pouvoir répondre aux nombreuses exigences en ce qui concerne l'utilisation efficace de la propriété intellectuelle au service du développement dans les pays en développement, les PMA 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>
<u>Durée du projet</u>	24 mois
<u>Budget du projet</u>	Budget total : 450 000 francs suisses, dont 125 000 francs suisses pour les dépenses de personnel et 325 000 francs suisses pour les autres dépenses

2. DESCRIPTION DU PROJET

2.1. Exposé de la question

Dans de nombreux pays de la région, les PME obtiennent des avantages comparatifs en se regroupant, traditionnellement au sein de fédérations ou d'associations qui leur permettent d'accéder plus facilement aux marchés grâce à la spécialisation des produits ou services qu'elles proposent, par aire géographique ou branche d'activité.

La plupart des entreprises sociocommunautaires recensées par le SENAPI agissent de manière collective mais ne savent pas quels avantages procure l'utilisation d'une marque collective, d'où la nécessité de faire largement connaître la portée, les avantages et la contribution des PME, dont la taille relativement petite peut constituer un avantage comparatif car elle leur permet d'être plus dynamiques en agissant collectivement. Les petites entreprises n'ont pas besoin d'un grand appareil bureaucratique pour fonctionner, ce qui leur confère une plus grande flexibilité pour s'adapter aux conditions du marché. Un autre avantage réside dans le travail d'équipe qui permet de réaliser des économies d'échelle et de bénéficier d'une plus grande reconnaissance de leur "produit de marque", à l'instar des entreprises de plus grande taille.

2.2. Objectifs

Objectif général

Mettre au point un système d'appui et de renforcement pour faciliter l'enregistrement des marques collectives des entreprises locales en tant qu'axe transversal du développement économique.

Objectifs spécifiques

1. Élaborer une stratégie de sensibilisation, d'information et de diffusion sur les avantages, les possibilités et les bénéfices offerts par l'enregistrement d'une marque collective en tant que bien intellectuel des petites entreprises communautaires.
2. Contribuer au renforcement d'une structure institutionnelle visant à faciliter le recensement, le développement et l'enregistrement des marques collectives.
3. Promouvoir des mécanismes visant à protéger, sauvegarder et soutenir les petites entreprises grâce à l'utilisation de marques collectives.

2.3. Stratégie

A. Portée

Le projet sera mis en œuvre dans l'État plurinational de Bolivie et trois autres pays bénéficiaires, compte tenu de l'appui fourni par l'OMPI et des axes de coopération conjointe.

B. Critères de sélection des pays bénéficiaires

La sélection des trois autres pays pilotes sera fondée, entre autres, sur les critères suivants :

1. Désignation d'un coordonnateur national qui agira en qualité de représentant du pays au niveau institutionnel;

2. Existence d'institutions de protection des marques collectives et d'un cadre législatif;
3. De préférence, existence d'une association ou d'un autre groupement ou organisation de producteurs qui pourraient bénéficier de l'utilisation d'une marque collective;
4. Besoin réel d'aider les entreprises locales à créer des marques collectives;
5. Manifestation d'intérêt des institutions chargées des questions de propriété intellectuelle dans l'État membre;
6. Engagement du pays à consacrer les ressources nécessaires à la mise en œuvre effective du projet et à sa viabilité.

Les États membres souhaitant participer au projet présentent une proposition contenant un bref exposé des points susmentionnés.

C. Stratégie de mise en œuvre

La mise en œuvre du projet comprend trois phases :

Phase 1 : recensement des produits potentiels pouvant bénéficier d'une marque collective et sélection du produit final

Mesure 1.1 : étude exploratoire sur les secteurs de production et les entreprises communautaires qui pourraient bénéficier de l'utilisation des marques collectives

Mesure 1.2 : événement d'information organisé avec les autorités locales et les entrepreneurs locaux sur les avantages potentiels de l'utilisation des marques collectives

Mesure 1.3 : choix d'un produit dans chaque pays bénéficiaire pour lequel une marque collective sera élaborée et enregistrée et création d'une association ou recensement d'une association déjà existante

Mesure 1.4 : atelier avec les membres de l'association sur le renforcement de l'identité collective et l'élaboration de marques à des fins commerciales

Phase 2 : élaboration, enregistrement et lancement de la marque collective

Mesure 2.1 : rédaction et adoption du règlement d'usage de la marque collective

Mesure 2.2 : conception et approbation du logo de la marque collective

Mesure 2.3 : enregistrement de la marque collective

Mesure 2.4 : tenue d'événements pour lancer la marque collective

Phase 3 : activités de renforcement des capacités et de sensibilisation

Mesure 3.1 : élaboration d'un guide pratique sur l'élaboration et l'enregistrement des marques collectives, en vue de les reproduire dans d'autres contextes, et adaptation aux besoins de chaque pays bénéficiaire

Mesure 3.2 : conduite d'une activité de formation à l'intention des fonctionnaires chargés de la propriété intellectuelle concernant l'élaboration et l'enregistrement des marques collectives

Mesure 3.3 : production de matériel de sensibilisation (brochure promotionnelle et courte vidéo)

D. Risques potentiels et mesures d'atténuation

Risque 1 : résistance au changement de la part de certaines associations de producteurs qui hésitent à se lancer dans l'enregistrement de marques collectives

Mesure d'atténuation 1 : mener des campagnes d'information et de sensibilisation à fort impact sur les avantages comparatifs de l'utilisation des marques collectives

Risque 2 : conflits possibles au sein des associations communautaires qui pourraient retarder le lancement du processus de création des marques collectives dans des pépinières

Mesure d'atténuation 2 : lancer un processus de sensibilisation auprès des autorités locales et des producteurs locaux, en soulignant les conséquences du manque d'organisation sur la réalisation des objectifs de production des partenaires

Risque 3 : capacité institutionnelle limitée des groupes bénéficiaires pour créer et enregistrer la marque collective et en tirer parti

Mesure d'atténuation 3 : procéder à une évaluation institutionnelle des groupes bénéficiaires potentiels avant la sélection

3. EXAMEN ET ÉVALUATION

3.1 Calendrier d'examen du projet

Un rapport sur l'état d'avancement du projet sera présenté chaque année au CDIP pour examen.

Une auto-évaluation finale sera effectuée après l'achèvement du projet et soumise au CDIP.

Un rapport d'évaluation final indépendant sera établi par un consultant externe une fois le projet terminé et sera soumis au CDIP.

3.2 Auto-évaluation du projet

<i>Résultats du projet</i>	<i>Indicateurs d'exécution (indicateurs de résultats)</i>
Sélection de trois pays bénéficiaires (outre l'État plurinational de Bolivie)	Trois pays ont été sélectionnés (sur la base des critères de sélection convenus); et des coordonnateurs chargés de la mise en œuvre du projet dans les différents pays ont été désignés.
Approbation des plans de mise en œuvre des projets par pays	Quatre plans de mise en œuvre des projets ont été élaborés et approuvés (un par pays bénéficiaire).
Réalisation de quatre études exploratoires sur des produits ou services potentiels pouvant bénéficier de l'utilisation de marques collectives (une par pays bénéficiaire)	La version finale de l'étude exploratoire a été validée par les coordonnateurs locaux des pays bénéficiaires et le Secrétariat de l'OMPI.

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 cet événement a fait état d'une meilleure compréhension des avantages potentiels de l'utilisation des marques collectives.
Sélection d'un produit dans chaque pays bénéficiaire pour lequel une marque collective sera créée et enregistrée et création d'une association ou recensement d'une association déjà existante	Un produit a été sélectionné et une association créée/recensée dans chaque pays bénéficiaire.
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.
Conception du logo de la marque collective (dans chaque pays bénéficiaire)	Un logo a été conçu et approuvé dans chaque pays bénéficiaire.
Enregistrement de la marque collective (dans chaque pays bénéficiaire)	Une marque collective a été enregistrée dans chaque pays bénéficiaire.
Événement pour le lancement de la marque collective	Un événement a été organisé avec succès à l'occasion du lancement (un pour chaque marque collective/pays bénéficiaire).
Élaboration d'un guide pratique sur l'élaboration et l'enregistrement des marques collectives, aux fins de leur reproduction dans d'autres contextes	Un guide pratique adapté aux besoins de chaque pays bénéficiaire a été élaboré.
Réalisation d'une activité de formation à l'intention des offices de propriété intellectuelle sur l'élaboration et l'enregistrement des marques collectives (dans chaque pays bénéficiaire)	Un pourcentage important des participants a indiqué que la formation avait amélioré leurs connaissances et leurs compétences en matière d'élaboration et d'enregistrement 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).

<i>Objectifs du projet</i>	<i>Indicateurs de réussite dans la réalisation des objectifs du projet (indicateurs de réussite)</i>
Élaborer une stratégie de sensibilisation, d'information et de diffusion sur les avantages, les possibilités et les bénéfices offerts par l'enregistrement d'une marque collective en tant que bien intellectuel des petites entreprises communautaires	Un pourcentage important de petites entreprises communautaires a indiqué qu'elles étaient conscientes des avantages, des possibilités et des bénéfices offerts par l'enregistrement des marques collectives (enquête).
Contribuer au renforcement d'une structure institutionnelle visant à faciliter le recensement, l'élaboration et l'enregistrement des marques collectives	Dans chaque pays bénéficiaire, une marque collective a été élaborée et enregistrée.
Promouvoir des mécanismes visant à protéger, préserver et soutenir les petites entreprises grâce à l'utilisation de marques collectives	D'autres marques collectives ont été enregistrées dans un délai de cinq ans à compter de l'achèvement du projet dans chaque pays bénéficiaire (évaluation des incidences).

4. CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE¹

Activité	Trimestres							
	1	2	3	4	1	2	3	4
Activités préalables à la mise en œuvre : – sélection des pays bénéficiaires – désignation des coordonnateurs locaux								
Approbation des plans de projet par pays	X							
Établissement d'une étude exploratoire dans chaque pays bénéficiaire	X	X						
Événement d'information à l'intention des autorités locales et des entrepreneurs locaux sur les avantages potentiels de l'utilisation des marques collectives dans chaque pays bénéficiaire		X	X					
Sélection d'un produit dans chaque pays bénéficiaire pour lequel une marque collective sera élaborée et enregistrée et création d'une association ou recensement d'une association déjà existante dans chaque pays bénéficiaire		X	X					
Atelier avec les membres de l'association dans chaque pays bénéficiaire			X	X				
Rédaction et adoption du règlement d'usage de la marque collective dans chaque pays bénéficiaire			X	X				
Conception du logo de la marque collective dans chaque pays bénéficiaire			X	X				
Enregistrement de la marque collective dans chaque pays bénéficiaire					X			
Tenue d'un événement pour lancer la marque collective dans chaque pays bénéficiaire						X		
Élaboration d'un guide pratique sur l'élaboration et l'enregistrement des marques collectives, aux fins de leur reproduction dans d'autres contextes et adaptation aux besoins de chaque pays bénéficiaire					X	X		

¹ La mise en œuvre débutera une fois que tous les pays bénéficiaires des projets auront été sélectionnés et que des coordonnateurs auront été désignés dans chacun d'eux.

5. RESSOURCES TOTALES PAR RÉSULTAT

Résultats du projet	2020		2021		Total
	Personnel	Autres	Personnel	Autres	
Quatre études exploratoires		28 000			28 000
Quatre événements d'information		30 000			30 000
Sélection du produit et recensement/création de l'association (4)		20 000			20 000
Quatre ateliers avec les membres de l'association		30 000			30 000
Rédaction et adoption du règlement (4)		28 000			28 000
Conception du logo (4)		9 000			9 000
Enregistrement de la marque collective (4)				10 000	10 000
Quatre événements pour le lancement				50 000	50 000
Guide pratique et personnalisation				18 000	18 000
Quatre activités de formation				66 000	66 000
Quatre jeux de matériel de sensibilisation (brochure et courte vidéo)				26 000	26 000
Évaluation				10 000	10 000
Total des dépenses de personnel²	62 500		62 500		125 000
Total des autres dépenses		145 000		180 000	325 000
Total	62 500	145 000	62 500	180 000	450 000

² 50% de fonctionnaires de grade P-2.

DÉPENSES AUTRES QUE LES DÉPENSES DE PERSONNEL PAR CATÉGORIE DE COÛT

	<i>(en francs suisses)</i>							
Activités	Voyages, formations et indemnités			Services contractuels				Total
	Missions de fonctionnaires	Voyages des tiers	Formations et indemnités de voyage connexes	Conférences	Publications	Services contractuels de personnes	Autres services contractuels	
Quatre études exploratoires						28 000		28 000
Quatre événements d'information	20 000		10 000					30 000
Sélection du produit et recensement/création de l'association (4)						20 000		20 000
Quatre ateliers avec les membres de l'association	20 000		10 000					30 000
Rédaction et adoption du règlement (4)						28 000		28 000
Conception du logo (4)						4 000	5 000	9 000
Enregistrement de la marque collective (4)						10 000		10 000
Quatre événements pour le lancement	20 000	20 000	10 000					50 000
Guide pratique et personnalisation					8 000	10 000		18 000

<i>(en francs suisses)</i>								
Activités	Voyages, formations et indemnités			Services contractuels				Total
	Missions de fonctionnaires	Voyages des tiers	Formations et indemnités de voyage connexes	Conférences	Publications	Services contractuels de personnes	Autres services contractuels	
Quatre activités de formation	20 000	20 000	10 000			16 000		66 000
Quatre jeux de matériel de sensibilisation (brochure et courte vidéo)					10 000	4 000	12 000	26 000
Évaluation						10 000		10 000
Total	80 000	40 000	40 000		18 000	130 000	17 000	325 000

[Fin de l'annexe et du document]