

Comité du développement et de la propriété intellectuelle (CDIP)

Vingt-quatrième session
Genève, 18 – 22 novembre 2019

RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE SUR LE RÔLE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DANS LE DÉVELOPPEMENT D'UN TOURISME DURABLE EN NAMIBIE

établi par le Secrétariat

1. L'annexe du présent document contient un résumé de l'étude sur le rôle de la propriété intellectuelle dans le développement d'un tourisme durable en Namibie menée dans le cadre du projet *Propriété intellectuelle, tourisme et culture : contribution aux objectifs de développement et promotion du patrimoine culturel en Égypte et dans d'autres pays en développement* (document CDIP/15/7 Rev.). Cette étude a été conduite par M. Malan Lindeque, consultant, Namibie.

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

[L'annexe suit]

Le rôle de la propriété intellectuelle dans le développement d'un tourisme durable en Namibie

La présente étude a été réalisée à la demande de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) dans le cadre du projet du Plan d'action 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*.

La Namibie se distingue tout particulièrement en matière de participation communautaire au tourisme, grâce à un système d'enregistrement communal aux fins de conservation en vertu duquel les droits d'exploitation des ressources naturelles et du tourisme sont conférés aux communautés rurales. Il est indiscutable que la culture, l'histoire et les savoirs traditionnels du peuple namibien contribuent autant, sinon plus, à l'économie touristique du pays que ses paysages spectaculaires, sa faune et ses parcs nationaux. L'étude propose deux exemples des avantages que les populations rurales de la Namibie peuvent retirer du tourisme en utilisant certains aspects de leur identité culturelle et de leurs savoirs traditionnels pour créer des produits attrayants pour le marché touristique. Ces exemples mettent tous deux en évidence les liens entre savoirs traditionnels et protection des droits de propriété intellectuelle, ainsi que la manière dont cette protection a été accordée ou non aux populations rurales namibiennes.

Le premier exemple concerne la communauté Himba, du nord-ouest de la Namibie, dont une tradition, fondée sur l'utilisation d'une certaine espèce de plante locale, a conduit à l'élaboration d'une grande variété de parfums et de produits de soins corporels à haute valeur commerciale. La sauvegarde des intérêts de la communauté dans la commercialisation de nouveaux produits issus de ses pratiques culturelles fait l'objet d'une attention particulière. Les femmes Himba récoltent cette plante sauvage pour en faire un parfum qu'elles utilisent elles-mêmes, et la fournissent également comme matière première à une usine d'extraction appartenant à la communauté. Certaines des huiles essentielles produites par cette usine sont utilisées pour fabriquer une gamme de produits sous une marque protégée pour le marché du tourisme, et certaines autres sont exportées vers l'Union européenne pour l'industrie internationale des parfums.

Le deuxième exemple concerne l'aide apportée à une communauté d'artisans pour la vente de leurs produits sur le marché du tourisme, et présente un système informel mis en place pour que des membres lourdement handicapés de la communauté Hai//Om San puissent bénéficier de l'exploitation des dessins et modèles industriels qu'ils créent. Une redevance est ainsi versée tout au long de leur durée de protection aux créateurs des dessins et modèles issus des savoirs traditionnels de cette communauté, qui sont utilisés dans l'industrie du textile. Une société à but non lucratif occupe une place très importante dans ce processus. Elle joue en effet un rôle essentiel de facilitation commerciale, en fournissant des services de conseil technique et des matières premières à plus de 450 artisans et en commercialisant leurs créations au marché de l'artisanat namibien de Windhoek. Cette société a relevé deux cas de contrefaçon de dessins et modèles industriels dans des pays voisins, et est consciente de l'importance que revêt la protection de ces derniers pour l'avenir, notamment dans le domaine de la bijouterie namibienne. Les artisans sont toutefois peu informés, en règle générale, de l'utilité des outils de propriété intellectuelle, ainsi que des moyens permettant d'y accéder. Ils considèrent qu'il s'agit d'outils coûteux qui nécessitent l'intervention d'avocats, et donc des dépenses qu'une petite entreprise ne peut pas se permettre. Des informations très claires et complètes sur les outils de propriété intellectuelle sont pourtant disponibles sur le site Web de l'Agence pour la propriété commerciale et intellectuelle, mais la fourniture au public de renseignements beaucoup plus

détaillés sur les possibilités et les mécanismes offerts est nécessaire. L'étude contient des recommandations à ce sujet.

La question essentielle qui est examinée dans cette étude est celle du moyen par lequel un régime efficace de propriété intellectuelle peut renforcer le lien entre le tourisme et le développement socioéconomique de la Namibie.

Afin de pouvoir répondre à cette question, il est nécessaire d'évaluer la compréhension qu'a la société namibienne du concept de propriété culturelle ou intellectuelle et des mesures mises en œuvre pour protéger la propriété intellectuelle. La question de l'accès aux mesures de protection des droits de propriété intellectuelle peut également revêtir une grande importance en raison de la complexité de ces derniers et de leur nature juridique, car il y a toutes les chances pour que ceux qui ont le plus besoin d'une telle protection, c'est-à-dire les personnes pauvres et marginalisées, comme les membres des communautés autochtones San¹ et Himba², n'aient aucun moyen d'accéder à ces outils. Il s'impose, par conséquent, d'évaluer l'importance des partenariats entre parties prenantes, un domaine dans lequel la Namibie devrait exceller, compte tenu de ses réalisations en matière de tourisme et de gestion des ressources naturelles au niveau local et du rôle important de facilitation que jouent à cet égard ses partenaires internationaux de développement, sa société civile et son gouvernement dans l'environnement propice créé par son cadre politique et juridique, ainsi que cela a été souligné par le Ministère de l'environnement et du tourisme (MET 2013 et MET/NACSO 2018).

Le lien entre tourisme et propriété intellectuelle n'est pas évident en Namibie, et il ne l'est pas non plus dans une grande partie de l'Afrique australe. Le projet de l'OMPI contribue à faire comprendre que la culture, l'histoire et les savoirs traditionnels du peuple namibien sont considérés comme faisant partie intégrante de la dynamique de l'économie touristique, au même titre que les paysages, la faune et les parcs nationaux. La manière dont cette culture, cette histoire et ces savoirs traditionnels sont commercialisés auprès des touristes et reçus par ces derniers ouvre des débouchés économiques importants pour les propriétaires de ces "produits". La culture, l'histoire et les savoirs font partie du patrimoine culturel des communautés et des individus et peuvent être protégés, à ce titre, par des outils de propriété intellectuelle appropriés.

De plus, étant donné que la valeur cumulative de la propriété intellectuelle liée au tourisme et son incidence sur le développement ne sont pas immédiatement évidentes, une réflexion sur la dynamique de l'industrie touristique et l'économie du tourisme en Namibie est importante. Le tourisme est le secteur économique qui connaît la progression la plus rapide dans le pays, et aussi celui qui est le moins exposé aux obstacles à la croissance que constituent pour les autres domaines importants de l'économie des facteurs tels que la volatilité des cours internationaux des produits miniers ou les répercussions des variations pluviométriques, la variabilité climatique, notamment océanique, et les changements climatiques pour l'agriculture et les industries halieutiques. Le tourisme est soumis aux effets de facteurs externes tels que le prix des voyages long-courrier, lui-même déterminé par les cours internationaux du pétrole, ainsi que d'importants facteurs internes tels que la paix, la stabilité et la sécurité. Il a néanmoins beaucoup mieux résisté que les autres secteurs de l'économie, et figure en bien meilleure place parmi les avantages concurrentiels de la Namibie dans un contexte de développement durable.

¹ Les San et les autres peuples autrefois désignés sous le nom de Bochimans ou Bushmen (termes aujourd'hui considérés comme péjoratifs), préfèrent la dénomination "Premier peuple".

² Techniquement "Ovahimba", mais la dénomination utilisée pour désigner les peuples de cette communauté dans la présente étude est "Himba", qui est courante en Namibie.

L'un des principaux impératifs de développement pour la Namibie est la réalisation d'une participation plus équitable à la propriété des composants de l'industrie touristique. Très faible avant l'indépendance de 1990, cette dernière reste en effet minime, en ce sens qu'elle se limite actuellement à un nombre relativement modeste de propriétaires-exploitants, mais les avantages potentiels d'une plus grande ouverture à cette propriété sont depuis longtemps reconnus. Dans un pays où les inégalités de revenus et de propriété des terres et du capital sont aussi marquées qu'en Namibie, faciliter la participation et l'accès à une part des avantages issus d'un secteur économique aussi important que le tourisme constitue une priorité.

Le Gouvernement de la Namibie a entrepris d'ouvrir largement la participation au tourisme axé sur la faune (sous-secteur le plus important du tourisme namibien) en accordant aux communautés des droits d'exploitation des ressources fauniques, y compris des droits exclusifs en matière de tourisme, conformément à la Loi modificative sur la préservation de la nature, loi n° 5 de 1996. Les communautés ayant obtenu le statut de réserves agréées ont utilisé cette possibilité pour créer sur leurs terres, en association avec des investisseurs et des partenaires techniques, 54 nouveaux chalets touristiques, d'autres entreprises de tourisme et 56 concessions de chasse (MET/NACSO 2018).

Ces initiatives sont avantageuses pour les communautés, car en plus de percevoir chaque année des revenus substantiels générés par les concessions, la plupart des réserves sont actionnaires, et reçoivent donc des dividendes ou des versements supplémentaires sous forme de redevances d'occupation. De plus, les emplois créés par les chalets pour les membres des réserves représentent une source de revenus extrêmement importante pour les communautés, dans des régions rurales dans lesquelles les possibilités de travail sont peu nombreuses. La part des revenus des entreprises de tourisme qui est versée aux réserves couvre les frais d'exploitation (principalement les salaires et les frais de fonctionnement liés au travail des gardes-chasses et d'employés tels que les surveillants de ressources et les gardes chargés d'assurer la sécurité des rhinocéros), et le solde est affecté au financement de divers projets de développement avantageux pour les communautés. Le Ministère de l'environnement et du tourisme a publié récemment une directive en vertu de laquelle 50% des revenus des réserves doivent être consacrés à des projets profitant à l'ensemble de la communauté.

Les avantages socioéconomiques potentiels de l'industrie touristique sont ainsi accessibles à une partie importante des communautés rurales qui participent au programme des réserves ou ont été organisées dans le but de s'y joindre. Ces communautés ont réussi à attirer des investisseurs pour développer le tourisme sur leurs terres. Cela étant, un grand nombre de personnes ne sont pas concernées par ce programme, soit parce qu'elles ne disposent pas de ressources adéquates à cet effet – qu'il s'agisse de terres, de faune ou de potentiel touristique –, soit simplement parce qu'elles ne souhaitent pas fonctionner dans le cadre d'une organisation communautaire. Il est important de mentionner que le tourisme peut également être la source d'un certain nombre d'avantages collectifs ou individuels, par exemple lorsqu'une personne crée une entreprise destinée à fournir des services au secteur du tourisme, par exemple de transport, ou, dans le contexte plus particulier de la présente étude, à produire des objets, notamment d'art et d'artisanat.

Ces avantages économiques sont à la portée de quiconque ou presque en Namibie, dans la mesure où leur obtention n'est soumise à aucune barrière, comme la nécessité de disposer d'un capital ou d'une éducation supérieure, et où les seules conditions à remplir sont de faire preuve d'ingéniosité, de créativité et d'ardeur à la tâche. Un grand nombre de personnes, même parmi les plus attachées aux traditions et les plus pauvres, peuvent bénéficier du tourisme en fabriquant des objets attrayants pour les visiteurs étrangers tout en respectant les ressources naturelles, les pratiques et l'histoire propres à leur culture.

Selon le Ministère de l'industrialisation, du commerce et du développement des PME (MITSMED – 2015), la production nationale et le commerce d'objets d'arts et d'artisanat liés au tourisme n'ont jamais été officiellement mesurés, mais représentent probablement des chiffres non négligeables. Il est cependant possible d'en faire une estimation. Par exemple, si les 250 000 touristes qui se rendent chaque année, en moyenne, en Namibie font chacun une modeste dépense de 500 à 1000 dollars namibiens (31 à 62 euros) pour acheter des objets d'art ou d'artisanat³, cela représente pour des personnes qui n'ont à peu près aucun autre moyen de gagner leur vie une somme considérable de 125 à 250 millions de dollars namibiens (7,63 à 15,25 millions d'euros). Le MITSMED a estimé en 2015 le nombre d'artisans de la Namibie à environ 3200, ce qui signifie que chacun d'entre eux pourrait, en théorie, avoir un revenu annuel de 39 063 à 78 126 dollars namibiens, soit de 2383 à 4766 euros⁴.

Le MET a entrepris des travaux d'évaluation économique de la biodiversité dans le cadre des initiatives de la Namibie pour une économie verte, en vue de quantifier tous les aspects de l'économie du tourisme qui sont liés à la faune et aux autres ressources naturelles, y compris le secteur de l'artisanat. En outre, le MITSMED a formulé une stratégie de croissance pour l'artisanat, ayant reconnu ce dernier comme un secteur économique stratégique pour la Namibie en raison de sa grande facilité d'accès pour le citoyen moyen, et en particulier pour les femmes (MITSMED 2015).

Du fait de la diversité des cultures, des traditions et des ressources, les articles d'artisanat et autres produits appréciés des touristes sont très variés. Certaines créations ont plus de succès que d'autres, de sorte qu'elles font l'objet de nombreuses copies et imitations.

Comme dans tous les domaines de la consommation, l'intérêt des touristes pour les articles d'artisanat évolue. Les artisans doivent donc innover, afin de continuer à produire des articles intéressants et attrayants, et leurs traditions sociales et culturelles doivent se manifester par *l'authenticité* de leur travail. L'authenticité est une qualité à laquelle les acheteurs d'articles d'artisanat attachent une grande importance, et elle découle du bagage culturel et social de l'artisan. La pression de la production de masse de dérivés culturels détachés de leur véritable contexte risque de faire disparaître les valeurs culturelles qui font partie intégrante des objets d'artisanat authentiques – à moins que ces dernières n'aient déjà disparu. Les exigences commerciales du monde moderne présentent des risques importants pour la protection des identités culturelles et des savoirs traditionnels liés à ces produits. La question à se poser est donc celle de savoir ce qui peut être fait pour éviter que la production d'objets d'artisanat pour le marché du tourisme ne conduise à une perte de patrimoine culturel.

[Fin de l'annexe et du document]

³ Il ne s'agit que d'une estimation, car aucune donnée n'est disponible sur le montant total dépensé par touriste pour des articles d'artisanat ou des biens de consommation en Namibie.

⁴ Le PIB par habitant de la Namibie est d'environ 6400 dollars É.-U. (<https://tradingeconomics.com>), soit 5696 euros.