

Comité du développement et de la propriété intellectuelle (CDIP)

Trente-deuxième session
Genève, 29 avril – 3 mai 2024

PROJET VISANT A MAINTENIR ET A RENFORCER LE ROLE DES MARQUES COLLECTIVES EN TANT QUE MOTEUR DU DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE, CULTUREL ET SOCIAL AU MOYEN D'UNE APPROCHE GLOBALE DU DEVELOPPEMENT – PROPOSITION DE PROJET SOUMISE PAR LES PHILIPPINES ET LE BRESIL

Document établi par le Secrétariat

1. Par une communication datée du 8 février 2024, les délégations des Philippines et du Brésil ont soumis une proposition de projet visant “à maintenir et à renforcer le rôle des marques collectives en tant que moteur du développement économique, culturel et social au moyen d’une approche globale du développement”, à soumettre à l’examen de la trente-deuxième session du CDIP.

2. Les annexes du présent document contiennent ladite proposition, élaborée avec le concours du Secrétariat de l’OMPI.

3. *Le comité est invité à examiner l’annexe du présent document.*

[L’annexe suit]

1. Présentation du projet
1.1 Code du projet
DA_1_4_10_02
1.2 Intitulé du projet
Maintenir et renforcer le rôle des marques collectives en tant que moteur du développement économique, culturel et social au moyen d'une approche globale du développement
1.3 Recommandations du Plan d'action pour le développement
<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, des institutions chargées de la recherche scientifique et des industries culturelles et aider les États membres, à leur demande, à élaborer des stratégies nationales adéquates de 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>
1.4 Durée du projet
24 mois
1.5 Budget du projet
Le budget total du projet s'élève à 320 000 francs suisses. La totalité de ce montant est liée à des dépenses autres que des dépenses de personnel.
2. Description du projet
<p>L'enregistrement des marques collectives a été reconnu comme l'un des principaux acteurs du développement économique, culturel et social des petites et moyennes entreprises (PME) et des communautés locales. Cela ressort notamment de manière évidente du projet récemment achevé dans le cadre du Plan d'action pour le développement sur "l'enregistrement des marques collectives des entreprises locales en tant qu'axe transversal du développement économique", qui a été mis en œuvre avec succès aux Philippines, au Brésil, en Tunisie et en Bolivie (État plurinational de).</p>

L'élaboration d'une approche systématique des marques collectives reste néanmoins essentielle pour que les PME et les communautés locales puissent tirer parti de cet outil et l'utiliser, mais également pour en maintenir les effets.

En plus d'aider les PME et les communautés locales grâce à des programmes visant à partager les connaissances en matière de stratégie de marque et de commercialisation, une telle approche devrait permettre à ces PME et communautés locales de mettre en œuvre des programmes, des initiatives et des politiques internes conçus pour combler les lacunes dans leur dispositif réglementaire interne régissant l'utilisation de la marque collective, en veillant au respect de ce dispositif pour, notamment, préserver la qualité de leurs produits et protéger et appliquer efficacement leurs droits de propriété intellectuelle. Ainsi, elles pourraient continuer de perfectionner et de renouveler leurs produits afin de les rendre compétitifs au niveau national et mondial, ce qui les aiderait à assurer la durabilité de leur marque collective et de leur développement économique.

L'objectif de cette proposition de projet est donc d'appuyer les titulaires actuels et futurs de marques collectives des pays en développement et des pays les moins avancés (PMA) et de leur permettre de tirer le meilleur parti de leur marque collective et d'en assurer la pérennité.

2.1 Concept du projet

Les marques collectives ont été reconnues comme un outil permettant aux PME et aux communautés locales d'ajouter de la valeur à leurs produits locaux et d'être compétitives aux niveaux local et mondial. C'est pourquoi, afin de tenir compte du temps, des efforts, et des ressources consacrés à la mise en œuvre des précédents projets du Plan d'action pour le développement relatifs aux marques collectives, ce projet s'appuiera expressément sur ces projets du Plan d'action pour le développement et s'attachera à doter les PME et les communautés locales du savoir-faire, des compétences, des capacités et des outils nécessaires pour utiliser efficacement leurs marques collectives et maintenir les avantages en découlant, grâce à l'élaboration d'un cadre global de gestion de ces marques.

Puisque la durabilité suppose un large éventail d'activités de sensibilisation et de renforcement des capacités, le cadre global de gestion des marques collectives comprendra des outils destinés à renforcer les capacités et les connaissances des PME et des communautés locales dans les domaines suivants : 1) commercialisation, stratégie de marque et mise sur le marché; 2) mise en place et maintien de la viabilité financière; 3) définition et correction des lacunes actuelles dans le dispositif réglementaire interne régissant l'utilisation de la marque collective; 4) protection et application des droits de propriété intellectuelle; et 5) amélioration et renouvellement des produits et des règlements.

2.2. Objectifs, résultats et réalisations du projet

L'**objectif** général du projet est d'appuyer et d'autonomiser les titulaires actuels et futurs de marques collectives des pays en développement et des pays les moins avancés (PMA), afin qu'ils puissent tirer le meilleur parti de leur marque collective et en assurer la pérennité.

Le **résultat** escompté du projet est de mieux informer les titulaires de marques collectives (actuels et futurs) dans chaque pays bénéficiaire, afin qu'ils puissent utiliser et conserver efficacement leur marque collective.

Le projet aboutira à un cadre global de gestion des marques collectives grâce aux **réalisations** ci-après :

- i. Mise au point d'un programme de formation pratique et de supports de formation connexes concernant l'enregistrement, la gestion et l'utilisation des marques collectives, qui pourraient être proposés par les offices nationaux de propriété

intellectuelle dans le cadre de l'assistance fournie aux PME et aux communautés locales.

- ii. Élaboration d'un instrument juridique complet sur la gestion et l'utilisation des marques collectives à l'intention des PME et des communautés locales, comprenant un règlement d'usage type, des exigences de conformité, des mécanismes de gouvernance interne, des systèmes de contrôle de la qualité, des mesures en matière de protection des consommateurs, de santé et d'hygiène, ainsi que des directives pour la rédaction des règlements ou l'identification et le traitement des lacunes dans les règlements en vigueur.
- iii. La formulation d'une vaste stratégie de développement des entreprises, qui peut être adaptée aux besoins et à la situation des titulaires de marques collectives (actuels et futurs) et qui leur permettrait de devenir plus compétitifs sur les marchés nationaux et le marché mondial, et d'assurer ainsi la durabilité de leur marque collective et leur développement économique.

2.3 Stratégie de mise en œuvre du projet

Le projet proposé atteindra ses objectifs à travers les réalisations ci-après :

Réalisation n° 1 – Un programme de formation pratique et des supports de formation connexes concernant l'enregistrement, la gestion et l'utilisation des marques collectives, qui pourraient être proposés par les offices nationaux de propriété intellectuelle dans le cadre de l'assistance fournie aux PME et aux communautés locales.

Activités :

- a) Mener une évaluation des principaux éléments relatifs à l'enregistrement, à la gestion et à l'utilisation des marques collectives afin de formuler les modules du programme de formation pratique.
- b) Associer les administrations et les universités locales concernées à l'élaboration du programme de formation pratique et des supports de formation connexes.
- c) Organiser une formation à l'intention des formateurs sur le programme de formation pratique et les supports de formation connexes destinés au personnel des offices nationaux de propriété intellectuelle.

Réalisation n° 2 – Élaboration d'un instrument juridique complet sur la gestion et l'utilisation des marques collectives à l'intention des PME et des communautés locales, comprenant un règlement d'usage type, des exigences de conformité, des mécanismes de gouvernance interne, des systèmes de contrôle de la qualité, des mesures en matière de protection des consommateurs, de santé et d'hygiène, ainsi que des directives pour la rédaction des règlements ou l'identification et le traitement des lacunes dans les règlements en vigueur.

Activités :

- a) Recenser les bonnes pratiques, les modèles et les exemples de règlements d'usage en vigueur; déterminer les principales lacunes et les moyens d'y remédier; tenir des consultations sur les difficultés rencontrées dans la mise en œuvre du règlement pour garantir la qualité des produits et la protection des consommateurs, et mener des activités connexes.
- b) Recenser et engager des experts juridiques locaux pour élaborer l'instrument juridique et fournir les orientations et l'assistance nécessaires aux PME et aux communautés locales sur les aspects juridiques associés à la gestion et à l'utilisation des marques collectives, qui peuvent inclure la conformité avec le dispositif réglementaire interne et le traitement des lacunes, les mécanismes de gouvernance interne, les systèmes de contrôle de la qualité, la protection des consommateurs, la santé et l'hygiène, ainsi que

l'application des droits de propriété intellectuelle. Après un examen approfondi, ces experts pourraient éventuellement faire partie d'un groupe de spécialistes et être inclus dans la base de données relative à la liste des consultants de l'OMPI (IP-ROC).

Réalisation n° 3 – Une vaste stratégie de développement des entreprises, qui peut être adaptée aux besoins et à la situation des titulaires de marques collectives (actuels et futurs) et qui leur permettrait de devenir plus compétitifs sur les marchés nationaux et le marché mondial, et d'assurer ainsi la durabilité de leur marque collective et leur développement économique.

Activités :

- a) Dresser la liste des difficultés rencontrées par les PME et les communautés locales au cours de la période suivant l'enregistrement de leur marque collective, en ce qui concerne la stratégie de marque, la commercialisation, l'emballage et la mise sur le marché de leurs produits, ainsi que l'accès au marché, et organiser des consultations à ce sujet.
- b) Effectuer des recherches sur les stratégies appropriées de développement des entreprises, afin d'améliorer les produits protégés par les marques collectives des PME et des communautés locales.
- c) Recenser et engager des experts locaux en matière de commercialisation et de stratégie de marque pour élaborer la stratégie de développement des entreprises, et fournir les orientations et l'assistance nécessaires aux PME et aux communautés locales pour adapter cette stratégie de développement à leurs besoins et à leur situation, ce qui peut inclure la participation active à des salons professionnels, des événements ou des manifestations commerciales, l'utilisation d'outils de commercialisation numérique, des conseils sur l'accès au marché, et la gestion fiscale. Après un examen approfondi, ces spécialistes pourraient éventuellement faire partie d'un groupe de spécialistes et être inclus dans la base de données relative à la liste des consultants de l'OMPI (IP-ROC).

2.4 Indicateurs du projet

<u>Résultat du projet :</u>	<u>Indicateur de réussite :</u>
Le résultat escompté du projet est de mieux informer les titulaires de marques collectives (actuels et futurs) dans chaque pays bénéficiaire, afin qu'ils puissent utiliser et conserver efficacement leur marque collective.	Au moins 10 titulaires de marques collectives dans chaque pays bénéficiaire tireront parti des réalisations du projet.
<u>Réalisations du projet :</u>	<u>Indicateur de résultat :</u>
Un programme de formation pratique et des supports de formation connexes concernant l'enregistrement, la gestion et l'utilisation des marques collectives, qui pourraient être proposés par les offices nationaux de propriété intellectuelle dans le cadre de l'assistance fournie aux PME et aux communautés locales.	<ul style="list-style-type: none"> - Le personnel des offices nationaux de propriété intellectuelle est formé et en mesure de dispenser le programme de formation pratique aux PME et aux communautés locales, à la demande ou à intervalles réguliers. - Le programme de formation pratique et les supports de formation connexes destinés aux PME et aux communautés locales sont mis en œuvre par les offices nationaux de propriété intellectuelle dans les pays bénéficiaires.

<p>Un instrument juridique complet sur la gestion et l'utilisation des marques collectives est conçu, à l'intention des PME et des communautés locales, comprenant un règlement d'usage type, des exigences de conformité, des mécanismes de gouvernance interne, des systèmes de contrôle de la qualité, des mesures en matière de protection des consommateurs, de santé et d'hygiène, ainsi que des directives pour la rédaction des règlements ou l'identification et le traitement des lacunes dans les règlements en vigueur.</p>	<p>L'instrument juridique complet est traduit dans les langues locales et diffusé auprès des PME et des communautés locales par l'intermédiaire des offices nationaux de propriété intellectuelle.</p>
<p>Une vaste stratégie de développement des entreprises est formulée, qui peut être adaptée aux besoins et à la situation des titulaires de marques collectives (actuels et futurs) et qui leur permettrait de devenir plus compétitifs sur les marchés nationaux et le marché mondial, et d'assurer ainsi la durabilité de leur marque collective et leur développement économique.</p>	<p>Cette vaste stratégie est traduite en langue locale et diffusée auprès des PME et des communautés locales, par l'intermédiaire des offices nationaux de propriété intellectuelle.</p>
<p>2.5 Stratégie de pérennisation</p>	
<p>Afin de pérenniser les réalisations du projet, l'OMPI créera une page Web offrant un accès facilité à tous les supports proposés.</p> <p>Un réseau d'experts, composé de coordonnateurs nationaux et de représentants de différentes institutions, entre autres, sera créé afin de partager des données d'expérience sur la mise en œuvre du projet et de proposer un accompagnement sur un sujet particulier.</p> <p>Des mises à jour sur la stratégie de pérennisation seront communiquées à mesure de la mise en œuvre du projet.</p>	
<p>2.6 Critères de sélection des pays pilotes/bénéficiaires</p>	
<p>Les États membres ayant bénéficié d'un projet du Plan d'action pour le développement concernant les marques collectives.</p>	
<p>2.7 Entité organisationnelle de mise en œuvre</p>	
<p>Division de la coordination du Plan d'action pour le développement, Secteur du développement régional et national</p>	
<p>2.8 Liens avec d'autres entités organisationnelles</p>	
<p>Secteur du développement régional et national; Secteur des marques et des dessins et modèles; Secteur des écosystèmes de propriété intellectuelle et d'innovation; Secteur des enjeux et des partenariats mondiaux.</p>	

2.9 Liens avec d'autres projets du Plan d'action pour le développement

Le projet du Plan d'action pour le développement intitulé *Propriété intellectuelle et commercialisation de produits aux fins de développement des entreprises dans les pays en développement et les pays les moins avancés (PMA)* ([CDIP/5/5](#))

Projet du Plan d'action pour le développement intitulé *Enregistrement des marques collectives des entreprises locales en tant qu'axe transversal du développement économique* ([CDIP/24/9](#))

Projet du Plan d'action pour le développement intitulé *Donner les moyens aux petites entreprises de se développer grâce à la propriété intellectuelle : élaborer des stratégies en faveur des indications géographiques ou des marques collectives dans la période post-enregistrement* ([CDIP/27/7](#))

2.10 Contribution aux résultats escomptés dans le programme et budget de l'OMPI

Programme et budget pour l'exercice biennal 2024-2025

1.1 Communication et dialogue plus efficaces au niveau mondial pour faire plus largement connaître le potentiel de la propriété intellectuelle en termes d'amélioration de la qualité de la vie pour tous et partout.

4.1 Utilisation plus efficace de la propriété intellectuelle au service de la croissance et du développement de l'ensemble des États membres et de leurs régions et sous-régions respectives, notamment grâce à l'intégration des recommandations du Plan d'action pour le développement.

4.2 Mise en place d'écosystèmes équilibrés et efficaces en matière de propriété intellectuelle, d'innovation et de création dans les États membres.

4.4 Davantage d'innovateurs, de créateurs, de PME, d'universités, d'instituts de recherche et de communautés tirent profit de la propriété intellectuelle.

2.11 Risque et atténuation

Risque n° 1 : Participation limitée des parties prenantes

Stratégie d'atténuation n° 1 : Un plan complet de mobilisation des parties prenantes sera élaboré.

Risque n° 2 : Nombre limité d'experts locaux spécialisés dans les aspects juridiques ou les questions de développement des entreprises liés à la gestion des marques collectives.

Stratégie d'atténuation n° 2 : Engager des experts internationaux pour fournir la formation, les orientations et l'assistance nécessaires.

3. CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE PROVISOIRE

Résultats attendus du projet	Trimestres							
	Année 1				Année 2			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Activités préalables à la mise en œuvre ¹ : – Consultation des coordonnateurs nationaux et régionaux								
Programme de formation pratique et supports de formation connexes concernant l'enregistrement, la gestion et l'utilisation des marques collectives	X	X	X	X				
Formations à l'intention des formateurs sur le programme de formation pratique et les supports de formation connexes destinés au personnel des offices nationaux de propriété intellectuelle				X				
Instrument juridique complet sur la gestion et l'utilisation des marques collectives à l'intention des PME et des communautés locales			X	X	X	X		
Ateliers sur l'instrument juridique complet à l'intention des PME et des communautés locales						X		
Stratégie globale de développement des entreprises pour les titulaires de marques collectives (actuels et futurs)					X	X	X	
Ateliers sur les stratégies appropriées de développement des entreprises à l'intention des PME et des communautés locales							X	
Évaluation du projet								X
Événement en marge de la session du CDIP								X

¹ La mise en œuvre du projet commencera uniquement lorsque les activités préalables à la mise en œuvre du projet auront été effectuées.

4. BUDGET DU PROJET PAR RÉALISATION

<i>(en francs suisses)</i>	Année 1		Année 2		Total
	Dépenses de personnel	Autres dépenses	Dépenses de personnel	Autres dépenses	
Programme de formation pratique et supports de formation connexes concernant l'enregistrement, la gestion et l'utilisation des marques collectives	-	40 000	-	-	40 000
Formations à l'intention des formateurs sur le programme de formation pratique et les supports de formation connexes destinés au personnel des offices nationaux de propriété intellectuelle	-	60 000	-	-	60 000
Instrument juridique complet sur la gestion et l'utilisation des marques collectives à l'intention des PME et des communautés locales	-	40 000	-	-	40 000
Ateliers sur l'instrument juridique complet à l'intention des PME et des communautés locales	-	-	-	60 000	60 000
Stratégie globale de développement des entreprises pour les titulaires de marques collectives (actuels et futurs)	-	-	-	30 000	30 000
Ateliers sur les stratégies appropriées de développement des entreprises à l'intention des PME et des communautés locales	-	-	-	60 000	60 000
Évaluation du projet	-	-	-	15 000	15 000
Événement en marge de la session du CDIP	-	-	-	15 000	15 000
Total	-	140 000	-	180 000	320 000

5. BUDGET DU PROJET PAR CATÉGORIE DE COÛT

<i>(en francs suisses)</i>	Voyages, formations et indemnités			Services contractuels				Total
	Missions du personnel	Voyages de tiers	Formations et demandes de paiement des frais de voyage y relatifs	Conférences	Publications	Services contractuels individuels	Autres services contractuels	
Activités								
Programme de formation pratique et supports de formation connexes concernant l'enregistrement, la gestion et l'utilisation des marques collectives	–	–	–	–	6 000	34 000	-	40 000
Formations à l'intention des formateurs sur le programme de formation pratique et les supports de formation connexes destinés au personnel des offices nationaux de propriété intellectuelle	20 000	20 000	20 000	–	–	–	–	60 000
Instrument juridique complet sur la gestion et l'utilisation des marques collectives à l'intention des PME et des communautés locales	–	–	–	–	6 000	34 000	-	40 000
Ateliers sur l'instrument juridique complet à l'intention des PME et des communautés locales	20 000	20 000	20 000	–	–	–	–	60 000
Stratégie globale de développement des entreprises pour les titulaires de marques collectives (actuels et futurs)	–	–	–	–	6 000	24 000	–	30 000
Ateliers sur les stratégies appropriées de développement des entreprises à l'intention des PME et des communautés locales	20 000	20 000	20 000	–	–	–	–	60 000
Évaluation du projet	–	–	–	–	–	15 000	–	15 000
Événement en marge de la session du CDIP	–	–	–	15 000	–	–	–	15 000
Total	60 000	60 000	60 000	15 000	18 000	107 000	–	320 000

[Fin de l'annexe et du document]