|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ВОИС |  | **R**  **CDIP/5/5**  **ORIGINAL:** английский  **DATE:** 2 марта 2010 г. |
| **ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ** | | |
| ЖЕНЕВА | | |

КОМИТЕТ ПО развитию и   
интеллектуальной собственности (КРИС)

Пятая сессия

Женева, 26–30 апреля 2010 г.

ПРОЕКТ ПО интеллектуальной собственности И БРеНДИНГУ ПРОДУКТОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В развивающихся  
странах И НАИМЕНЕЕ РАЗВИТЫХ СТРАНАХ (нрс)

Документ подготовлен Секретариатом

На четвертой сессии Комитета по развитию и интеллектуальной собственности (КРИС), проходившей 16‑20 ноября 2009 г., при обсуждении документа CDIP/4/12 в связи с предложением Республики Корея «Программа для оказания помощи фермерам и производителям в НРС по приобретению брендов на свою продукцию», Комитет обратился к Секретариату с просьбой подготовить проектный документ по указанному предложению, принимая во внимание комментарии делегации (см. пункт 9 Резюме Председателя).

Соответственно был подготовлен проект «Интеллектуальная собственность и брендинг продуктов для развития бизнеса в развивающихся странах и наименее развитых странах (НРС)», который прилагается к настоящему документу.

Сметная стоимость проекта составляет 885 000 шв.фр., из которых 660 000 шв. фр. – расходы, не связанные с персоналом, и 225 000 шв. фр. – расходы, связанные с персоналом применительно к сотрудникам ВОИС, которые будут выделены для реализации этого проекта.

*КРИС предлагается рассмотреть и одобрить Приложение к настоящему документу.*

[Приложение следует]

РЕКОМЕНДАЦИИ 4 И 10 ПОВЕСТКИ ДНЯ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ

ПРОЕКТНЫЙ ДОКУМЕНТ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. РЕЗЮМЕ | | |
| Код проекта: | DA\_4\_10\_01 | |
| Название проекта: | ИС и брендинг продуктов для развития бизнеса в развивающихся странах и наименее развитых странах (НСР) | |
| Рекомендации Повестки дня в области развития: | Рекомендация № 4: Уделять особое внимание потребностям МСП и учреждений, занимающихся научными исследованиями, а также индустрии культуры и оказывать государствам-членам по их просьбе помощь в разработке надлежащей национальной стратегии в области ИС.  Рекомендация № 10: Оказывать помощь государствам-членам в развитии и совершенствовании национального институционального потенциала в области ИС путем дальнейшего развития инфраструктуры и других компонентов с целью повышения эффективности национальных учреждений ИС и установления справедливого равновесия между охраной ИС и интересами общества. Эта техническая помощь должна также распространяться на субрегиональные и региональные организации, занимающиеся вопросами ИС. | |
| Бюджет проекта: | Расходы, не связанные с персоналом: 660 000 шв. фр.  Расходы, связанные с персоналом: 225 000 шв. фр. | |
| Продолжительность проекта: | 36 месяцев | |
| Ключевые секторы ВОИС, участвующие в проекте, и связи с программами ВОИС: | Сектор сотрудничества в целях развития (СЦР) и Сектор товарных знаков, промышленных образцов и географических указаний  Связи с Программами ВОИС: 2, 4, 8, 9, 30 | |
| Краткое описание проекта: | Проект в первую очередь направлен на поддержку малых и средних предприятий (МСП), в особенности тех, которые возникли в результате объединения местных групп фермеров и производителей в развивающихся и наименееe развитых странах (НРС), путем разработки и реализации стратегий надлежащего использования ИС при брендинге продуктов. Таким образом, проект поможет содействовать развитию местных общин и укреплению возможностей как на уровне общины, так и на институциональном уровне, путем фокусирования внимания на развитии и стратегическом использовании ИС, в особенности географических указаний и товарных знаков.  Проект основан на предложении, представленном Республикой Корея на третьей сессии КРИС (документ CDIP/3/7) и утвержден в отношении первого этапа в ходе четвертой сессии КРИС. Все элементы оригинального предложения рассматриваются в рамках этого проектного документа, который, однако, предусматривает более строгую структуру для контроля за достижением ожидаемых результатов.  Хотя брендинг является одним из наиболее мощных инструментов укрепления рыночной силы продуктов, фермеры и производители в развивающихся странах, и в особенности в наименее развитых странах (НРС), редко обладают возможностью брендинга своих продуктов. Надлежащее использование прав интеллектуальной собственности, в особенности географических указаний и товарных знаков, может оказать помощь в повышении ценности их продуктов, увеличить доходы за счет экспорта и содействовать сокращению бедности. И самое главное, традиционные методы производства в сочетании с инновационными процедурами и обязательствами местных общин могут содействовать разработке новых стандартов социального, экономического и природоохранного развития. Институциональные возможности по эффективному использованию ИС, надлежащая инфраструктура и средства также будут развиваться в рамках этого проекта.  Предлагая практический инструмент для развития местного бизнеса, проект интерпретирует дух Повестки дня в области развития, ориентируя деятельность ВОИС по сотрудничеству в контексте приоритетов национального развития. | |
| 2. Описание проекта | | |
| 2.1. Введение в вопрос/тему | | |
| Продукты из различных регионов мира все в большей степени приобретают престиж и международное признание благодаря свойствам, связанным с их территорией происхождения и способами производства, которые обеспечивают уникальные качество продуктов. Развитие и коммерциализация таких продуктов извлекает пользу из стратегического использования прав ИС, в частности географических указаний, товарных знаков, сертификационных и коллективных знаков. Соответствующая стратегия брендинга, которая использует, например, географическое указание, товарный знак и маркировку добросовестной торговли, добавляет продукту ценности, помогает поднять спрос на него на рынке и увеличивает экономическую отдачу от его производителей. Такая стратегия может быть ключевым компонентом местного/ сельского развития ввиду преимуществ, которые она может дать широкому кругу производителей или фермеров, объединившихся в стратегический рыночный альянс. С целью оказания помощи местным общинам, и в особенности МСП фермеров и производителей в разработке и реализации успешной стратегии брендинга, проект будет состоять из следующих трех основных компонентов:  a. Исследование и разработка стратегии в области ИС: этот этап начнется с отбора и идентификации продуктов или кластеров продуктов, обладающих уникальными свойствами и связанных с определенной общиной или регионом, где производители уже создали ассоциацию или проявляют интерес к созданию такого альянса в целях брендинга и коммерциализации своих продуктов (1). В отношении каждого идентифицированного продукта проект затем окажет помощь местным общинам и их МСП в разработке и реализации стратегии брендинга, фокусируя внимание на использовании ИС, в особенности географических указаний, товарных знаков и отличительных обозначений, а также других сертификационных вариантов, в частности маркировки добросовестной торговли или органического происхождения. В рамках стратегии будут указаны действия, которые будет необходимо предпринять, а также инструменты, которые должны использоваться в каждом случае в целях развития разнообразия продукции, ее охраны и коммерциализации.  b. Создание возможностей: Этот этап будет включать серию программ обучения, нацеленного на ассоциации производителей и фермеров, а также правительственных чиновников и персонала ведомств ИС, фокусируя внимание на технических вопросах ИС, вариантов брендинга и коммерциализации и повышения осведомленности о спектре возможных партнеров.  c. Повышение осведомленности: Этот этап направлен на демонстрацию опыта и стратегических подходов, задокументированных в ходе проекта, на конференции, которая будет созвана по теме «Содействие развитию бизнеса путем брендинга продуктов» (2). Конференция с участием представителей директивных органов, представителей местных общин, НПО и МПО будет также использована в качестве форума для ознакомления с методикой использования брендинга продуктов в интересах местных общин.   1. В рамках этого проекта регионы и продукты будут идентифицированы в странах, где уже существует правовая структура для охраны географических указаний и отличительных обозначений. 2. Предложение о проведении конференции по этой теме было включено в оригинальное предложение Республики Корея на КРИС 3 и одобрено в отношении первого этапа в ходе КРИС 4. Однако, в настоящем документе проведение конференции намечено на конец проектного цикла, поскольку она будет более эффективно использована в качестве форума для обмена опытом и уроками, извлеченными из проекта после его фактической реализации. | | |
| 2.2. Цели | | |
| Цель этого проекта, структурированная в рамках рекомендаций 4 и 10 Повестки дня в области развития заключается в следующем:  - Содействовать развитию бизнеса местных общин путем создания стратегических альянсов ассоциаций производителей/фермеров, МСП и государственных учреждений, в целях создания брендов путем стратегического использования прав ИС.  - Совершенствовать возможности национальных учреждений, включая ведомства ИС, по эффективному осуществлению процедур регистрации и экспертизы товарных знаков и географических указаний.  - Повышать осведомленность о влиянии брендинга продуктов на развитие бизнеса местных общин и местных МСП в рамках приоритетов устойчивого развития. | | |
| 2.3. Стратегия реализации | | |
| Проект будет осуществляться в трех странах в разных регионах с целью создания четкого бренда на два продукта в каждой из стран. По возможности, проект рассмотрит практические варианты распространения этого национального опыта на субрегиональном уровне. Страны будут выбираться на основе критериев, которые включают: наличие правовой структуры по охране географических указаний и отличительных обозначений; политическая поддержка и приверженность развитию местных общин; существование механизмов для создания ассоциации местных фермеров и производителей; специфические продукты или кластеры продуктов, обладающих ярко выраженными свойствами и потенциалом для охраны правами ИС или брендами.  Три компонента этого проекта (см. выше, часть 2.1) будут взаимно выстраиваться в целях эффективности и устойчивости. В особенности в целях достижения вышеуказанных целей проекта будут осуществляться следующие задачи и деятельность:   1. Цель развития бизнеса будет достигаться за счет исследований и разработки надлежащих стратегий брендинга в отношении отдельных продуктов. Исследования, осуществляемые при тесном консультативном участии соответствующих органов и местных общин, позволят выявить в каждой из стран по меньшей мере два продукта, обладающих сильным потенциалом в связи с их уникальными свойствами и пользующихся достаточной поддержкой со стороны ассоциации местных производителей/ фермеров, а также местных властей в целях начала разработки стратегии брендинга. Такая стратегия будет разработана в соответствии с ключевыми элементами, т.е. конкретными свойствами и требованиями места происхождения/ производства, действующей правовой и регуляторной структурами, а также потенциалом на внутреннем и/или экспортном рынках. 2. Цель развития возможностей будет достигнута путем проведения серии практических и теоретических семинаров, направленных на местные общины, производителей, фермеров и ассоциации МСП, ведомства ИС и правительственные органы с целью укрепления их знаний о системе ИС, а также их возможностей по ее эффективному использованию в целях брендинга и маркетинга продуктов. 3. Цель повышения осведомленности будет достигнута путем документирования опыта, приобретенного в ходе реализации проекта, а также путем обмена опытом на конференции лиц, заинтересованных в поддержке местного развития путем брендинга продуктов.   Для осуществления стратегии реализации в качестве консультантов будут привлечены международные и местные эксперты, деятельность которых будет координировать Сектор по сотрудничеству в целях развития. Проект будет полагаться на поддержку соответствующих правительственных органов каждой из стран, включая национальные ведомства ИС. | | |
| 3. ОБЗОР И ОЦЕНКА | | |
| 3.1. График обзора проекта | | |
| Каждый этап реализации проекта, как указано выше, в части 2.1, будет постоянно контролироваться на предмет достижения прогресса. В частности, в течение первого года предполагается реализовать этап (a) проекта. В течение второго года начнется реализация этапа (b), который продолжится в течение третьего года вместе с этапом (c). Кульминацией третьего года явится созыв конференции | | |
| 3.2. Самооценка проекта  *В дополнение к самооценке проекта может быть также проведена его независимая оценка* | | |
| Результаты проекта | | Показатели эффективности проведения (показатели результативности) |
| Достижение соглашения между местными сообществами производителей/ фермеров и соответствующими органами в отношении потенциала брендинга отдельных продуктов | | В контексте трех стран два продукта идентифицированы в каждой из них в связи с их уникальными свойствами, представляющими высокий потенциал для брендинга |
| Результаты проекта | | Показатели эффективности проведения (показатели результативности) |
| Начало консультативного процесса по стратегическому выбору и процедурам брендинга продуктов в соответствии с предлагаемыми руководящими принципами  Повышение осведомленности, возможностей и совершенствование инфраструктуры, позволяющей осуществлять стратегическое использование ИС и другие варианты маркетинга для брендинга продуктов  Созыв конференции на тему «Поддержка развития местных общин путем брендинга продуктов» для обмена мнениями и извлеченными уроками | | В каждой из стран письменные руководящие принципы используются МСП, местными общинами и ассоциациями производителей/ фермеров для разработки и использования бренда на продукт; начало консультаций с партнерами:  - разработаны процедуры и правила использования, администрации и управления правами ИС (ГУ и товарные знаки);  - разработаны стандарты и процедуры для сертификации и контроля качества продуктов  В отношении каждого идентифицированного продукта проведена серия практических семинаров по развитию возможностей брендинга продуктов с участием представителей местных общин, ИС и других соответствующих органов  Конкретные исследования задокументированы и представлены на конференции и опыт в связи с реализацией проекта опубликован в документации конференции |
| Содействие развитию местного бизнеса путем оказания помощи МСП, ассоциациям фермеров и производителей в развивающихся странах и НРС по созданию брендов продуктов путем стратегического использования ИС  - Содействие созданию стратегических альянсов производителей/ фермеров, малых и средних предприятий (МСП) и государственных учреждений в целях создания брендов продуктов путем использования ИС  - Проведение обучения представителей местных общин, НПО и национальных учреждений, включая ведомства ИС, направленного на эффективное использование процедур регистрации и экспертизы товарных знаков и географических указаний | | Созданы системы мониторинга и контроля для оценки влияния стратегий коллективного брендинга и соответствующих действий на местные ресурсы и устойчивое развитие; система позволяет сравнивать результаты до и после принятия стратегии и использовать механизмы для корректировки негативного влияния, при наличии такового.  Созданы координационные структуры и предприняты совместные коллективные инициативы по поддержанию качества продукта, маркетингу и рекламе; создана система для иллюстрации повышения преимуществ и сокращения расходов в связи с стратегией брендинга.  Ряд представителей местных общин, ведомств ИС и правительственных органов прошли обучение по использованию надлежащих правовых инструментов для охраны и брендинга продуктов:  - персонал ведомств ИС прошел обучение по выполнению процедур для регистрации ГУ;  - осуществлено до 6 подач заявок на регистрацию товарных знаков и/или географических указаний в связи с выбранными продуктами. |

4. СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Деятельность | кварталы | | | | | | | | | | | |
|  | 1st | 2nd | 3rd | 4th | 1st | 2nd | 3rd | 4th | 1st | 2nd | 3rd | 4th |
| Разработка круга полномочий и наем трех консультантов – одного для каждой страны |  | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Экспертные миссии (сбор данных и выбор продуктов) |  |  | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Наем национальных консультантов для работы с местными общинами |  |  |  | X |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Подготовка планов работы для реализации стратегии |  |  |  |  | X | X |  |  |  |  |  |  |
| Разработка стратегии брендинга международными экспертами/ консультантами |  |  |  |  |  | X | X | X |  |  |  |  |
| Экспертные миссии (проведение семинаров по созданию возможностей) |  |  |  |  |  |  | X | X | X |  |  |  |
| Реализация стратегии на уровне страны при консультативном и практическом участии местных партнеров |  |  |  |  |  |  |  | X | X | X |  |  |
| Подготовка к проведению и проведение конференции на тему «Содействие местному развитию путем брендинга продуктов» |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | X | X |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ГРАФИК ОБЗОРА |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

5. БЮДЖЕТ

5.1. Проект бюджета на двухлетний период 2012‑2013 гг.

5.2. Проект бюджета за пределами двухлетнего периода 2012‑2013 гг.

[Конец Приложения и документа]