

## Консультативный комитет по защите прав

**Тринадцатая сессия**  
**Женева, 3–5 сентября 2018 г.**

### ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ КАМПАНИИ И СТРАТЕГИИ КАК СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УВАЖЕНИЯ ИС

*Документы, подготовленные Хорватией, Казахстаном, Таиландом и Соединенными Штатами Америки; Испанской ассоциацией охраны товарных знаков, Институтом по борьбе с контрафакцией «Centromarca» и Союзом производителей; и Обществом авторов музыкальных произведений и музыкальных издателей Швейцарии*

1. На двенадцатой сессии ККЗП, состоявшейся 4-6 сентября 2017 г., Комитет постановил сохранить одним из пунктов своей программы работы «обмен информацией о национальном опыте осуществления информационно-просветительских кампаний и стратегий как способа обеспечения уважения ИС широкой общественностью, в особенности молодежью, в соответствии с приоритетами государств-членов в области образования и в других областях». В настоящем документе представлены документы по теме, подготовленные государствами-членами и национальными ассоциациями.

2. Значение, придаваемое информационно-просветительским мероприятиям среди молодежи, отражено в ряде документов. В документах, подготовленных Хорватией и Обществом авторов музыкальных произведений и музыкальных издателей Швейцарии (SUISA), описаны «скользящие» мероприятия для молодежи, организуемые в течение одного дня в соответствии с тщательно проработанным графиком, что позволяет последовательно проводить такие мероприятия в ряде мест для разных аудиторий. Кроме того, в документе Хорватии описывается проведенный среди молодежи конкурс по тематике Международного дня ИС. В документе, представленном Казахстаном, в числе прочих мероприятий описана национальная кампания по борьбе с пиратством, в рамках которой был организован конкурс плакатов и видео-блогов для молодежи, проведенный на областном и национальном уровнях и завершившийся церемонией награждения победителей и концертом с участием звезд, которые широко освещались в средствах массовой информации.

3. Для распространения среди общественности информации о важности уважения ИС государства-члены начинают использовать новые коммуникационные возможности. Департамента интеллектуальной собственности (DIP) Таиланда ведет работу по повышению осведомленности общества посредством социальных сетей в интернете. DIP следит за обсуждением вопросов ИС в интернете и распространяет соответствующую информацию на своих страницах в социальных сетях и по другим каналам. Однако по-прежнему эффективными считаются и более традиционные методы, такие как плакаты и аудиовизуальная реклама (PSA). Соединенными Штатами Америки организуются кампании с использованием таких инструментов как внутри страны, так и за границей, с целью показать ту важную роль, которую ИС играет в инновационном процессе, а также рисков, которые представляют для благополучия потребителей контрафактные товары. В рамках подготовки к широкой информационной кампании, которая будет организована в конце 2018 г. – начале 2019 г., в этом году проводится конкурс видео-PSA.

4. Роль муниципальных органов власти освещается в документе, подготовленном ассоциациями товарных знаков Франции, Италии и Испании, в котором описывается совместный проект «Authenticity», осуществляемый при поддержке Европейского центра по наблюдению за нарушениями прав интеллектуальной собственности при Ведомстве интеллектуальной собственности Европейского союза в целях повышения осведомленности относительно необходимости защиты местной торговли от распространения и продажи контрафактных товаров и повышения эффективности местных правоохранительных органов.

5. Данные документы представлены в следующем порядке:

Информационно-просветительские кампании в Хорватии для детей школьного возраста.	3
Информационно-просветительская деятельность в области прав интеллектуальной собственности: опыт Казахстана – национальная кампания по борьбе с пиратством.....	11
Информационно-просветительская деятельность в области ИС с использованием социальных сетей в Таиланде .....	17
Кампании по информированию общественности по вопросам ИС в Соединенных Штатах Америки.....	22
Проект «Authenticity» .....	27
«Respect Copyright!» – информационно-просветительская работа в области авторского права среди учащихся.....	33

[Документы следуют]

## ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ КАМПАНИИ В ХОРВАТИИ ДЛЯ ДЕТЕЙ ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

*Документ подготовила г-жа Ана Рачки Маринкович, заместитель Генерального директора Государственного ведомства интеллектуальной собственности Республики Хорватия (SIPO), Загреб, Хорватия\**

### АННОТАЦИЯ

Государственное ведомство интеллектуальной собственности Республики Хорватия (SIPO) выступило с инициативой о проведении на базе национальных координационных органов по защите прав интеллектуальной собственности информационно-просветительских кампаний для детей и молодежи. С целью повышения информированности детей и молодежи были организованы две взаимодополняющие кампании: конкурс для школьников в рамках программы школьных конкурсов ВОИС по теме «Обеспечение уважения ИС (BRIP)» и проект под названием «День ИС для детей».

Начало конкурса было приурочено к Международному дню ИС, а сам конкурс был проведен по всей стране. Его популяризации, кроме того, способствовала дополнительная кампания «День ИС для детей», а также освещение этой кампании в средствах массовой информации во время ее проведения 30 мая 2017 г. в Загребе и 14 ноября 2017 г. в Вараждине. В 2018 г. SIPO инициировало еще один цикл конкурсов и организовало мероприятие для детей в Риеке 11 апреля 2018 г.

### I. ВВЕДЕНИЕ

1. Для повышения эффективности системы защиты прав интеллектуальной собственности (ИС) в течение 2010 г. в Хорватии был выработан постоянный механизм для координации защиты прав ИС. Помимо прочих видов деятельности, координационные органы по защите прав ИС провели кампании с целью повышения информированности общественности о важности охраны прав ИС. В соответствии с их Планом действий на 2017 г. было предусмотрено проведение информационно-просветительских кампаний для детей и молодежи.

2. В конце 2016 г. и начале 2017 г. SIPO выступило с инициативой об организации на базе национальных координационных органов по защите прав интеллектуальной собственности информационно-просветительских кампаний для детей и молодежи, которые проводились в течение года в качестве пилотного проекта.

3. Были запланированы две взаимодополняющие кампании:

- конкурс для учащихся начальных и средних школ, организованный в 2017 г. в сотрудничестве со Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС) в рамках программы школьных конкурсов по теме «Обеспечение уважения ИС (BRIP)».
- проект под названием «День ИС для детей», финансируемый Ведомством интеллектуальной собственности Европейского союза (ВИСЕС) в рамках

---

\* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

Двустороннего соглашения о сотрудничестве между SIPO и ВИСЕС. Его целью было информирование детей и молодежи посредством игр и различных информационно-просветительских материалов, рассчитанных на соответствующие возрастные группы, о важном значении охраны и соблюдения прав ИС.

## **II. КОНКУРС ДЛЯ УЧАЩИХСЯ НАЧАЛЬНЫХ И СРЕДНИХ ШКОЛ НА ТЕМУ «ИННОВАЦИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ»**

4. На основе обмена технической информацией, проведенного между SIPO и ВОИС, SIPO и его партнеры из национальных координационных органов по защите прав интеллектуальной собственности определили критерии конкурса (целевые группы, требования, сроки проведения и т.д.).

5. Было решено приурочить начало проведения конкурса к Международному дню ИС и продлить его срок до 30 ноября 2017 г. Конкурс проводился на национальном уровне среди трех категорий учащихся: учащиеся начальных школ, с 1 по 4 классы; учащиеся начальных школ, с 5 по 8 классы; и учащиеся средних школ. В конкурсе могли участвовать литературные работы, видео материалы, музыкальные композиции, художественные работы или мультфильмы на тему «Инновации для повышения качества жизни». Конкурсанты могли участвовать индивидуально или в группах до трех участников. Работы оценивались по следующим критериям: правильное раскрытие предложенной темы и креативность.

6. Конкурс был открыт 26 апреля по случаю Международного дня ИС. Он был объявлен на вебсайтах SIPO<sup>1</sup> и национальных координационных органов по защите прав интеллектуальной собственности<sup>2</sup>, а также информация о нем была размещена в Фэйсбуке и Твиттере на страничке «Нет контрафактной продукции и пиратству». Кроме того, в сотрудничестве с Министерством науки и образования уведомление о начале конкурса было направлено по электронной почте от имени Министерства по его списку контактов всем директорам начальных и средних школ Хорватии.

7. Еще большей популяризации конкурса способствовала дополнительная кампания «День ИС для детей», а также освещение этой кампании в средствах массовой информации. Для распространения информации о конкурсе была выпущена брошюра с логотипом «День ИС для детей» и основной информацией о конкурсе, а также ссылками на интернет-страницу с правилами участия. Брошюра выдавалась всем школьникам, участвующим в мероприятиях, проводившихся в течение 2017 г., а также сопровождающим их преподавателям.

---

<sup>1</sup> <http://www.dziv.hr/en/news/%e2%80%9cinnovation-for-a-better-life%e2%80%9d---prize-competition-for-primary-and-secondary,489.html>.

<sup>2</sup> <http://www.stop-krivotvorinama-i-piratstvu.hr/en/news-and-information/%e2%80%9cinnovation-for-a-better-life%e2%80%9d---prize-competition-for-primary-and-secondary,129.html>.



8. В сентябре 2017 г., то есть в начале нового учебного года, от имени Министерства всем директорам начальных и средних школ Хорватии было разослано по электронной почте напоминание о продолжающемся конкурсе.

### **III. ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ КАМПАНИЯ В РАМКАХ ПРОЕКТА «ДЕНЬ ИС ДЛЯ ДЕТЕЙ»**

9. Информационно-просветительская кампания в рамках проекта «День ИС для детей» направлена на информирование детей и молодежи посредством использования материалов, адаптированных для соответствующих возрастных групп, о важном значении охраны и соблюдения прав ИС и, в более широком плане, о том, как использовать ИС в инновационной и креативной деятельности, включая их собственную деятельность,

мотивируя их на представление самих себя в роли авторов или изобретателей. Этот проект осуществляется под девизом «Будь креативным, будь изобретательным, будь великим» (на хорватском языке DIV, что является сокращением от «Dan Intelktualnog Vlasništva», то есть «День ИС»).

10. Целевой аудиторией кампании являются дети и молодые люди, учащиеся начальных и средних школ. Информационное наполнение разработано для каждой из трех конкретных целевых групп: дети в возрасте от шести до 10 лет (младшие классы начальной школы (с 1 по 4 класс)), дети в возрасте от 10 до 14 лет (старшие классы начальной школы (с 5 по 8 класс)) и молодые люди в возрасте от 14 до 18 лет (средняя школа).

11. Программы, специально разработанные для каждой из трех возрастных групп, последовательно проводятся в подходящем для этого кинотеатре/театре/музее, имеющим соответствующую площадь. Как правило, программа предусматривает проведение единого мероприятия для детей из разных школ в одном месте, вместо того чтобы проводить его отдельно в каждой школе. Это позволяет привлечь к участию большее число школ, а также вовлечь в организационную работу большее число местных общин и, таким образом, получить более широкое освещение мероприятий в средствах массовой информации.

12. Для каждой возрастной группы мероприятие включает в себя основное одночасовое собрание для большего числа детей (приблизительно 150-200 человек), организуемое в холле, после чего проводятся три различных семинара с параллельной ротацией участников.



13. Для возрастной группы от 6 до 10 лет проводится викторина под названием «Кто это изобрел?», в ходе которой в развлекательной форме рассказывается о хорватских изобретателях и их известных изобретениях. На семинаре по патентам дети строят из полимерной пленки и бечевки модели парашютов на основе изобретения Фауста Вранчица (о котором они узнали во время викторины), а затем изображают свои собственные изобретения на бланке, имитирующем заявку на патент. На втором семинаре, посвященном авторскому праву, дети решают головоломки-лабиринты, чтобы соединить авторов с их изобретениями, после чего им предлагается нарисовать и подписать свою собственную работу с тем, чтобы они сами могли себя почувствовать в



роли автора. На семинаре по товарным знакам дети устанавливают связь между отдельными товарными знаками и продуктами, а затем рисуют свои собственные товарные знаки на бланке, имитирующем заявку на регистрацию товарного знака.



14. Учащиеся старших классов начальной школы работают под руководством модератора с серией короткометражных фильмов, скетчей и мультфильмов в рамках интерактивной программы под девизом «У меня есть идея!». На семинаре по контрафактной продукции детям показывают образцы контрафактной продукции, изъятой таможенными органами Хорватии (например, игрушки, спортивная одежда и т.д.), в то время как на семинаре по авторскому праву они получают некоторые базовые сведения о разрешенном использовании авторского права в рамках специально адаптированных викторин «Kahoot!», в которых они активно участвуют, используя свои мобильные телефоны. На третьем семинаре сотрудники Факультета электромеханики и вычислительной техники демонстрируют возможности роботов и разъясняют роль лицензирования программного обеспечения в робототехнике.



15. Учащиеся средней школы смотрят документальный фильм о молодых хорватских изобретателях и деятелях культуры, после чего проводится коллективное обсуждение с участием приглашенного(ых) гостя(ей), таких как молодые авторы, конструкторы или изобретатели, которые делятся опытом в области организации собственного дела. Дополнительно к семинарам по авторскому праву и методике распознавания контрафактной продукции учащиеся средних школ участвуют с помощью своих мобильных телефонов в специально адаптированных викторинах «Kahoot!», которые учат их отличать одни права ИС от других (товарные знаки, промышленные образцы, авторские права, патенты).



16. Участникам вручаются футболки и значки с логотипом мероприятия и информация о школьных конкурсах, а сопровождающим их преподавателям – брошюры и другие рекламные материалы SIPO с подробной информацией о правах ИС. Все аудио-визуальные материалы (короткометражные фильмы, мультипликационные фильмы, документальные фильмы), созданные и представленные в рамках данного проекта, размещаются в YouTube на канале SIPO, чтобы преподаватели могли впоследствии использовать их на уроках.

17. Министерство науки и образования Республики Хорватия оценило данный проект, рекомендовало его к использованию школами и активно участвовало в его организации.

18. Кампания широко освещалась и рекламировалась в средствах массовой информации с целью охвата возможно большей аудитории.

#### **IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕННЫХ КАМПАНИЙ**

19. Конкурс на тему «Инновации для повышения качества жизни», первоначально открытый до 30 ноября 2017 г., был продлен, в результате чего заявки на участие можно было подавать до 15 декабря. В итоге было получено 150 заявок. Категории работ и возрастные группы, в отношении которых поступили заявки, представлены в таблице ниже:



	Всего	Литературные работы	Видео материалы	Музыкальные композиции	Художественные работы	Мультимедийные фильмы
Начальная школа (классы с 1 по 4)	53	0	1	0	50	2
Начальная школа (классы с 5 по 8)	65	15	1	0	35	14
Средняя школа	32	19	1	1	7	4
<b>Всего</b>	<b>150</b>	<b>34</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>92</b>	<b>20</b>

20. Для оценки работ, представленных на конкурс, было создано жюри. В каждой категории были выбраны три финалиста. Общенациональным победителем среди всех победивших в каждой категории претендентов стала видео работа под названием «Инновации для повышения качества жизни от Вучетича», авторами которой стали Нура Биканич, Карло Доманчич и Уна Векич из начальной школы г. Хвар<sup>3</sup>

21. Первое мероприятие в рамках проекта «День ИС для детей» было проведено 30 мая 2017 г. в Музее современного искусства Загреб<sup>4</sup>. В нем приняли участие свыше 350 детей и молодых людей. Одиннадцать новостных репортажей и выпусков об этом мероприятии транслировалось по национальному радио и телевизионным каналам. Второе мероприятие в рамках проекта «День ИС для детей» было проведено 14 ноября 2017 г. в кинотеатре имени Гая, а также в здании городской администрации Вараждин<sup>5</sup>, на котором присутствовало 550 учащихся начальных и средних школ города и округа Вараждин. Это мероприятие было освещено в средствах массовой информации в том же объеме, что и первое, и оно вызвало больший интерес у местных средств информации.

22. Осуществление проекта «День ИС для детей» было продолжено в 2018 г. посредством организации 11 апреля мероприятия в Хорватском культурном центре Рибеки<sup>6</sup>. Более 600 учащихся начальных и средних школ приняли в нем участие вместе с учителями и преподавателями.

## V. ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ

23. SIPO и национальные координационные органы по защите прав интеллектуальной собственности продолжают организацию информационно-просветительских кампаний для детей и молодежи (как конкурсы, так и проекты «День ИС для детей», которые доказали свою взаимодополняемость) с целью охвата в предстоящие годы большего числа регионов и городов по всей Хорватии. Информационная составляющая будет улучшаться и адаптироваться с учетом оценок, полученных от участвовавших в кампаниях преподавателей.

24. Конкурс 2018 г. для школьников под названием «Оригинал всегда лучше» был открыт 26 апреля 2018 г. и приурочен к Международному дню ИС. К этому же дню SIPO открыло в своем Информационном центре выставку работ, полученных в ходе конкурса

<sup>3</sup> См. с английскими субтитрами на веб-сайте <https://app.box.com/s/qcpedrwt6efxxv166n2cm18i5pt7luq>.

<sup>4</sup> См. с английскими субтитрами на веб-сайте <https://app.box.com/s/qcpedrwt6efxxv166n2cm18i5pt7luq>.

<sup>5</sup> <http://www.dziv.hr/en/news/intellectual-property-day-for-children-and-youth-held-in-varazdin-on-14,2542.html>.

<sup>6</sup> <http://www.dziv.hr/en/news/intellectual-property-day-for-children-and-youth-held-in-rijeka-on-11,3591.html>.

2017 г., и организовало церемонию вручения школьникам призов ВОИС и других наград общенациональных победителей. Осенью 2018 г. в Карловац будет организовано еще одно мероприятие в рамках проекта «День ИС для детей».



## ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ: ОПЫТ КАЗАХСТАНА – НАЦИОНАЛЬНАЯ КАМПАНИЯ ПО БОРЬБЕ С ПИРАТСТВОМ

*Документ подготовила г-жа Гульнара Какен, заместитель Директора, Департамент по правам интеллектуальной собственности, Министерство юстиции, г. Астана, Казахстан\**

### АННОТАЦИЯ

В данном документе представлена информация об опыте работы Министерства юстиции Республики Казахстан по распространению знаний об интеллектуальной собственности (ИС) и обеспечению соблюдения прав ИС посредством проведения информационно-просветительских кампаний и конкурсов среди молодежи, в частном секторе, среди работников правоохранительных органов и других заинтересованных ведомств.

### I. ВВЕДЕНИЕ

1. Министерство юстиции Республики Казахстан отвечает за реализацию государственной политики в области защиты и охраны прав интеллектуальной собственности (ИС), а также за координацию взаимодействия уполномоченных органов и заинтересованных организаций в сфере охраны и защиты ИС. Функции, связанные с ИС, были переданы Министерству юстиции в 2001 году.
2. Одной из функций Министерства юстиции является организация и проведение информационно-просветительской работы в области прав ИС, как среди правообладателей ИС, так и среди предпринимателей, которые пользуются такими правами.
3. Одной из задач, которую приходится решать при проведении информационно-просветительской работы в области прав ИС, является охват различных слоев общественности, и, в частности, потенциальных пользователей, в целях предупреждения нарушений прав ИС и воспитания уважения к правам ИС и абсолютно нетерпимого отношения к нарушению этих прав.
4. Министерство юстиции организовало эту работу через региональные судебные органы с тем, чтобы охватить всю страну. Оно также привлекло к этой работе заинтересованные государственные учреждения, используя телевидение, радио и веб-сайты Министерства юстиции, правительственных учреждений, региональных судебных органов и организаций коллективного управления (ОКУ).
5. Цели Национальной кампании по борьбе с пиратством заключаются в том, чтобы:
  - пропагандировать и поощрять усилия по борьбе с контрафактной продукцией;
  - вовлекать общественность в информационно-просветительскую работу по обеспечению соблюдения прав ИС; и

---

\* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

- повышать информированность и уровень знаний общественности о проблеме распространения контрафактных товаров на внутреннем рынке.

## II. НАЦИОНАЛЬНАЯ КАМПАНИЯ ПО БОРЬБЕ С ПИРАТСТВОМ

6. Министерство юстиции применило разнообразные креативные технологии с целью содействия усилиям по борьбе с распространением контрафактных товаров и обеспечению соблюдения прав ИС, включая использование социальных сетей для проведения конкурсов, церемоний награждения победителей национальных конкурсов и организацию концерта со звездами.

7. В рамках кампании по повышению информированности общественности был использован ряд различных стратегий, включая организацию конкурсов, веб-конференций, круглого стола, семинаров для начинающих предпринимателей в 16 регионах страны, а также пресс-брифинга, на котором был представлен обзор мер, принимаемых правоохранительными и судебными органами для защиты прав ИС в рамках кампании.

### A. НАЦИОНАЛЬНЫЕ КОНКУРСЫ

8. В январе 2018 года Министерство юстиции объявило национальные конкурсы на лучшую статью и лучший видеоблог на тему охраны прав интеллектуальной собственности, а также на лучший дизайн рекламного щита «Нет контрафакту». В конкурсах могли принять участие граждане Казахстана. Участники конкурсов должны были быть не моложе 14 лет.

9. Конкурсы были организованы при поддержке различных ОКУ, Национальной палаты предпринимателей, Министерства культуры и спорта. Региональные судебные органы и различные ОКУ рекламировали кампанию и конкурсы на своих сайтах и в средствах массовой информации.

10. Один из конкурсов был организован Министерством юстиции и департаментами юстиции областей и городов Астаны и Алматы и проходил в два этапа:

- первый этап провели департаменты юстиции областей и городов Астаны и Алматы. В течение двух дней после даты окончания приема документов департаменты юстиции организовали рассмотрение представленных материалов группой экспертов и по результатам этого рассмотрения представили Министерству юстиции лучшую работу; и
- второй этап, на национальном уровне, был проведен Министерством юстиции и обеспечил основу для отбора победителей.

11. Конкурс на лучший видеоблог состоял из одного этапа и был организован через социальную сеть. В состав жюри вошли представители государственных органов, органов местного самоуправления, представители общественности.

12. Участникам конкурса было предложено подготовить работы по информационно-просветительской теме. Как показано в следующих двух примерах, в своих конкурсных работах они отразили свое мнение по вопросу о контрафактных товарах.



Эта конкурсная работа провозглашает лозунг «Нет контрафакту!», а также предупреждает о том, что «Поддельные вещи быстро изнашиваются», «Нарушение авторского права вредит экономике страны», «Поддельная техника опасна» и «Поддельные лекарства - больной желудок».



Этот плакат гласит: «Контрафакт не пройдет!!!».

13. Правила конкурса включали условия, разрешающие использование материалов организаторами конкурса посредством воспроизведения, распространения, трансляции в эфире или по кабельным сетям, а также публикации в средствах информации. Эти условия также позволяют использовать представленные материалы в будущем для целей информационно-просветительской работы.

14. В рамках кампании региональные судебные органы использовали наружную рекламу, в том числе рекламные щиты и вывески, для содействия охране прав интеллектуальной собственности. Они были установлены в городах и на автомагистралях страны.

## В. ЦЕРЕМОНИЯ ЗАКРЫТИЯ КАМПАНИИ ПО БОРЬБЕ С ПИРАТСТВОМ И КОНЦЕРТ В ПОДДЕРЖКУ ОХРАНЫ ПРАВ ИС

15. Министерство юстиции организовало церемонию закрытия в столице, г. Астане, в ознаменование завершения Национальной кампании по борьбе с пиратством. Церемония завершилась концертом, посвященным охране прав ИС, и пресс-брифингом.



16. Кроме победителей конкурса на церемонию были приглашены представители Министерства культуры и спорта, Министерства внутренних дел, Министерства финансов, Министерства информации и коммуникаций, региональных органов власти, высших учебных заведений и общественных организаций.

17. Был представлен обзор кампании и результатов конкурса, а также вручены призы и сертификаты. Победители получили ноутбуки, предоставленные различными ОКУ и правообладателями.



18. Короткометражный фильм под названием «Дневник кампании по борьбе с пиратством» был снят для сохранения истории деятельности в рамках кампании.

19. На церемонии были представлены работы победителей. Особый интерес вызвал показ видеоблога.

20. Кампания завершилась концертом в поддержку охраны прав ИС. Со сцены концертного зала выступающие призвали к охране прав интеллектуальной собственности. Сами правообладатели были призваны участвовать в информационно-



просветительской работе. Это мероприятие освещалось в социальных сетях, газетах, на радио и телевидении, а также на сайтах в интернете.



### С. СЕМИНАРЫ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

21. Семинары с участием предпринимателей, как потенциальных пользователей ИС, являются важным направлением информационно-просветительской деятельности. Основными площадками для этой работы в 2018 году стали региональные палаты предпринимателей.

22. В ходе семинаров предпринимателям были продемонстрированы возможности использования прав ИС и методы решения вопросов, связанных с законным использованием таких прав. Были даны рекомендации в отношении регистрации товарных знаков и других прав ИС.

23. Для участия в семинарах были приглашены правообладатели, патентные поверенные и представители ОКУ. Также были приглашены представители правоохранительных органов. Они обсудили с участниками методы защиты прав ИС.

### Д. КРУГЛЫЕ СТОЛЫ

24. Министерство юстиции проводит круглые столы с представителями правообладателей и правоохранительных органов по вопросам охраны прав интеллектуальной собственности и правоприменительной практики.

25. Видеоконференции используются для того, чтобы жители любого региона страны могли участвовать в дискуссиях. Это дает возможность собрать представителей всех регионов для обсуждения вопросов, возникающих в ходе борьбы с распространением контрафактных товаров. Об этих мероприятиях сообщалось в средствах массовой информации.



26. Проведение веб-конференций позволяет выявлять насущные проблемы, с которыми сталкиваются пользователи и правообладатели, и выносить рекомендации по решению возникших проблем. Онлайн платформа позволяет участникам находить пути решения проблем без каких-либо ограничений во времени и пространстве.



### III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

27. Министерство юстиции как орган, отвечающий за координацию деятельности всех уполномоченных органов, занимающихся вопросами охраны и защиты прав ИС, объединяет усилия государственных органов в проведении информационно-просветительской работы. Оно также привлекает к этой работе общественность и правообладателей.

28. Национальная кампания по борьбе с пиратством охватила всю территорию Республики Казахстан. В кампании приняли участие Министерство внутренних дел, Министерство культуры и спорта, Национальная палата предпринимателей «Атамекен» и ее региональные палаты, местные администрации областей и городов Астана и Алматы, различные ОКУ, региональные судебные органы и средства массовой информации.

29. Министерство юстиции продолжит свою работу по повышению информированности общественности по вопросам охраны прав ИС. Предполагается, что эта кампания будет проводиться на ежегодной основе, при этом вопросы финансирования будут решаться при участии различных ОКУ, правообладателей и общественных организаций.

## **ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ИС С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ТАИЛАНДЕ**

*Документ подготовили г-н Порше Джарумон, старший специалист по вопросам торговли Отдела популяризации и развития ИС, и г-н Сасиват Раттанапхан, специалист по связям с общественностью Административного отдела Департамента интеллектуальной собственности (DIP) Министерства торговли, Нонтабури, Таиланд\**

### **АННОТАЦИЯ**

В настоящее время все больше и больше людей пользуются интернетом. Информация и контент могут легко распространяться через компьютерную сеть. Считается, что для того чтобы идти в ногу с техническим и цифровым прогрессом, информационно-просветительская деятельность в области интеллектуальной собственности (ИС) не должна ограничиваться традиционными методами. Сегодня интернет и социальные сети играют важную роль, давая возможность государственному и частному секторам, предпринимателям, малым и средним предприятиям (МСП), учреждениям, школам и университетам, а также интернет-пользователям, особенно представителям молодого поколения, лучше понять ИС и принимать активное участие в деятельности в области ИС. Признавая динамичный характер интернет-пользователей и понимая глобальные тенденции в сфере ИС, особенно в цифровой среде, Департамент интеллектуальной собственности (DIP) Таиланда, руководствуясь своей стратегией, продолжает принимать меры в рамках информационно-просветительских кампаний в целях повышения осведомленности населения относительно ИС и распространения знаний об ИС в социальных сетях, в том числе в Facebook, путем публикации информации в Instagram и на других социальных платформах.

### **IV. ВВЕДЕНИЕ**

1. В наше время жизнь людей неразрывно связана с технологиями. Все более широко используются технические устройства, такие как компьютеры, смартфоны и планшеты, что позволяет людям, находящимся в разных уголках мира, поддерживать связь и общаться друг с другом, несмотря на расстояния и границы, в так называемой цифровой среде. Благодаря таким технологиям люди могут также получать доступ к любым видам цифрового контента и информации в интернете, просто переходя по ссылкам на веб-сайты и используя интернет-приложения.

2. Передовые технологии и цифровые средства в значительной степени изменили жизнь людей и оказали огромное влияние на маркетинговые стратегии компаний. В Таиланде широкое распространение получила деятельность в интернете, ставшая частью повседневной жизни людей. Доступ через интернет к креативному контенту, в том числе к фильмам, музыке, играм, телесериалам, книгам и другим публикациям, становится более популярным, чем физический доступ. Таиланд можно считать одной из стран, в которых наиболее широко используются социальные сети. Этими сетями

---

\* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не отражать мнения Секретариата или государств-членов ВОИС.

активно пользуются не только физические лица, но также государственные организации, банки, научные учреждения и предприятия. Так, по числу пользователей Facebook Таиланд занимает восьмое место в мире. В одном лишь Бангкоке Facebook используют около 24 млн человек. Число пользователей Instagram в Таиланде составляет приблизительно 11 млн, а пользователей Twitter – около 9 млн, при том что общая численность населения страны составляет приблизительно 69 млн человек.

3. Департамент интеллектуальной собственности Таиланда (DIP) понимает значение сетевых коммуникаций, в том числе социальных сетей, в качестве инструмента повышения осведомленности населения относительно интеллектуальной собственности (ИС) и более широкого распространения знаний о ней в обществе. В 2014 г. DIP приступил к реализации плана мероприятий по обеспечению уважения ИС и распространения информации и знаний об ИС с использованием нескольких интернет-каналов. Руководствуясь этим планом, DIP использует различные социальные сети, такие как Facebook, Instagram, Twitter и YouTube, а также свои веб-сайты для распространения информации, новостей, проведения мероприятий и кампаний в области ИС для интернет-пользователей. DIP также разработаны новые онлайн-платформы, позволяющие компаниям, малым и средним предприятиям (МСП), инвесторам, творческим работникам и изобретателям, исследователям и широкой общественности получать доступ к информации, полезной для коммерциализации ИС.

## **II. ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ИС С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ТАИЛАНДЕ**

### **V. ФАН-СТРАНИЦА В FACEBOOK**

4. Одним из важных используемых DIP каналов сетевых коммуникаций является фан-страница DIP в Facebook. Эту фан-страницу DIP открыл в 2015 г. В настоящий момент у фан-страницы DIP в Facebook более 200 000 «лайков» и подписчиков. В 2017 г. фан-страница DIP в Facebook оказалась в числе 100 наиболее популярных страниц Facebook в Таиланде и была отмечена премией Thailand Social Awards.

5. Информационные статьи об ИС, новости и информация о мероприятиях и кампаниях в области ИС часто публикуются и распространяются DIP, пользователями и подписчиками фан-страницы DIP в Facebook. Можно сказать, что фан-страница DIP в Facebook является активным и эффективным форумом для распространения информации об ИС и обмена этой информацией, а также для информирования населения о событиях, семинарах и других мероприятиях в области ИС.

6. DIP активно использует инфографику и видеоматериалы на своих веб-сайтах и фан-странице в Facebook, распространяя информацию в привлекательном и интересном формате, доходчиво объясняя сложные вопросы ИС, в которых обычному человеку зачастую трудно разобраться.

7. Вот лишь некоторые примеры:

- инфографика на тему «Пять видов деятельности, которые считаются пиратством в интернете», созданная DIP и опубликованная департаментом на его фан-странице в Facebook;
- инфографика на тему «Высокий риск заражения вредоносными программами при использовании пиратского программного обеспечения и преимущества использования программного обеспечения, охраняемого авторским правом»,

созданная Альянсом разработчиков программного обеспечения для бизнеса (BSA) и опубликованная на фан-странице DIP в Facebook.

### C. TWITTER (@DIP\_THAILAND)

8. Аккаунт DIP в Twitter является еще одним социально-сетевым ресурсом, используемым с 2015 г. для распространения информации об ИС в обществе. В настоящее время у страницы DIP в Twitter более 12 000 подписчиков. В большинстве случаев DIP распространяет информацию о важных вопросах ИС, событиях и мероприятиях в этой области и поддерживает связь с пользователями, публикуя свои сообщения. Эти сообщения регулярно просматриваются и распространяются различными тайландскими СМИ.

### C. INSTAGRAM

9. DIP начал использовать Instagram для распространения новостей и информации об ИС и о своей деятельности в 2016 г., и в настоящее время у него более 1 500 подписчиков в этой социальной сети. Обычно DIP публикует в Instagram те же самые видеоматериалы и инфографику, которые можно найти на его фан-странице в Facebook.

### D. ВЕБ-САЙТ DIP (WWW.IPTHAILAND.GO.TH)

10. Веб-сайт DIP является эффективным средством коммуникации, благодаря которому люди получают беспрепятственный доступ к информации о различных видах ИС, статистике, новостям, информации о мероприятиях и об изменениях, вносимых в законы и нормативные акты в области ИС.

11. Веб-сайт DIP также обеспечивает доступ к онлайн-сервисам департамента, что дает физическим лицам и компаниям возможность пользоваться услугами в любое время и в любом месте, где есть доступ в интернет, в соответствии с национальной политикой в области развития цифровой экономики, «Thailand 4.0».

12. К числу онлайн-сервисов DIP относятся система подачи документов в электронном формате для регистрации товарных знаков, избавляющая заявителя от необходимости подавать документы в DIP в бумажной форме. Другими онлайн-сервисами, которыми можно воспользоваться через веб-сайт DIP, являются следующие:

- IP MART, онлайн-площадка, на которой можно бесплатно воспользоваться услугами купли и продажи продуктов ИС;
- дистанционное обучение DIP, доступное для всех, кто хочет пополнить свои знания в области ИС;
- онлайн-чат DIP, дающий пользователям возможность прямого доступа к сотрудникам департамента, которые в оперативном режиме отвечают на вопросы, касающиеся ИС; и
- электронная библиотека DIP, содержащая большой объем информации и знаний в области ИС в виде электронных книг и журналов.

### III. МЕТОДЫ КОММУНИКАЦИИ

13. Для обеспечения эффективного использования социальных сетей DIP применяет различные методы. К их числу относятся следующие:

#### A. ВЫБОР ТЕМ, ОБСУЖДАЕМЫХ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

14. Несколько тем, активно обсуждаемых в тайландском обществе, имеют отношение к ИС. Однако люди часто плохо ориентируются в видах ИС и механизмах их охраны. Они иногда неправильно интерпретируют вопросы ИС, а в интернете эти ошибочные мнения могут быстро распространяться.

15. DIP отслеживает активное обсуждение любых тем, касающихся ИС, и выносит соответствующие вопросы на обсуждение в социальных сетях, таких как Facebook и Twitter, эффективно используемых им в качестве форума, при помощи которого он распространяет в обществе точную информацию об ИС. DIP рекомендует всем желающим пользоваться социальными сетями и его онлайн-сервисами для получения достоверной информации об ИС.

#### B. РАЗЪЯСНЕНИЕ ВОПРОСОВ ИС

16. Вопросы ИС довольно сложны, особенно в некоторых областях. DIP преподносит эти вопросы в простой, доступной для понимания форме, с использованием инфографики и видеоклипов. Кроме того, DIP тщательно выбирает время проведения таких информационных кампаний, чтобы обеспечить максимальное число посещений своих сайтов в соцсетях.

#### C. АЛЬЯНСЫ ДЛЯ ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

17. DIP не только создает контент, посвященный ИС, но также налаживает отношения с другими широко известными агентами влияния в социальных сетях. Это позволяет департаменту более широко распространять новости, информацию и контент на тему ИС в обществе. К числу таких важнейших агентов влияния относятся:

- Sudlokomteen (страница в Facebook): 2,87 млн подписчиков;
- Drama-addict (страница в Facebook): 1,97 млн подписчиков;
- Nut.ped (страница в Facebook): with 1,10 млн подписчиков;
- Dramalawyer (страница в Facebook): 220 000 подписчиков;
- Gluta Story (страница в Facebook): 717 000 подписчиков;
- @yoware (Twitter): 216 000 подписчиков;
- @khaosonOnline (Twitter): 163 000 подписчиков;
- @mybraceteeth (Twitter): 35 000 подписчиков; и
- @9tana (Twitter): 20 000 подписчиков.

### IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

18. Перед тем как DIP начал использовать социальные сети, для повышения осведомленности населения относительно ИС он уделял очень много внимания



деятельности, не связанной с интернетом, например, проводя семинары, распространяя информацию через ведомства по лицензированию технологии и используя традиционные средства массовой информации, такие как телевидение и газеты.

19. Когда социальные сети в интернете превратились в мощный инструмент влияния, DIP осознал их значение и сразу же начал использовать их в рамках своей стратегии активной работы с целевой аудиторией, в том числе с подростками, студентами и другими интернет-пользователями. Результаты этой работы, такие как число подписчиков фан-страницы в Facebook и другие результаты информационной работы с населением, свидетельствуют об эффективности деятельности DIP в интернете. Поэтому DIP особенно важно грамотно и продуманно использовать социальные сети в качестве эффективного инструмента распространения содержательной информации непосредственно среди своей целевой аудитории.

## **КАМПАНИИ ПО ИНФОРМИРОВАНИЮ ОБЩЕСТВЕННОСТИ ПО ВОПРОСАМ ИС В СОЕДИНЕННЫХ ШТАТАХ АМЕРИКИ**

*Материал подготовил г-н Питер Н. Фаулер, старший юрист, вопросы защиты прав, Отдел политики и международных отношений, Ведомство США по патентам и товарным знакам (ВПТЗ США), Александрия, Виргиния, Соединенные Штаты Америки\**

### **АННОТАЦИЯ**

В настоящем документе содержится краткая информация о недавних, нынешних и планируемых информационно-разъяснительных мероприятиях в области интеллектуальной собственности (ИС) и стратегических кампаниях в Соединенных Штатах Америки (США), в частности тех из них, которые организуются правительственными учреждениями США или проводятся в партнерстве с правительственными учреждениями. Ведомство США по патентам и товарным знакам (ВПТЗ США) было воодушевлено, отчасти, материалами, представленными недавно в Консультативный комитет ВОИС по защите прав (ККЗП) и в настоящее время планирует информационно-разъяснительную кампанию, касающуюся контрафактных товаров. ВПТЗ США объявит видеоконкурс по этой теме, открытый для молодежи, учащихся старших классов и колледжей и для широкой общественности. ВПТЗ США надеется начать этот конкурс летом 2018 г., и, как ожидается, он будет проходить во время тринадцатой сессии ККЗП. Победившие в конкурсе работы будут использованы в рамках более широкой информационно-разъяснительной кампании ВПТЗ США на протяжении следующего года.

### **I. НЕДАВНИЕ КАМПАНИИ**

#### **A. КАМПАНИИ ВПТЗ США**

1. Воодушевленное, отчасти, творческими кампаниями, информация о которых была представлена ККЗП, ВПТЗ США уделило первостепенное внимание анализу и оценке недавних информационно-разъяснительных мероприятий и стратегических кампаний в США, в частности тех, которые организуются правительственными учреждениями США, чтобы определить, какие кампании являются наиболее эффективными и почему, и выявить методы более действенного использования ресурсов учреждений в целях проведения будущих кампаний.

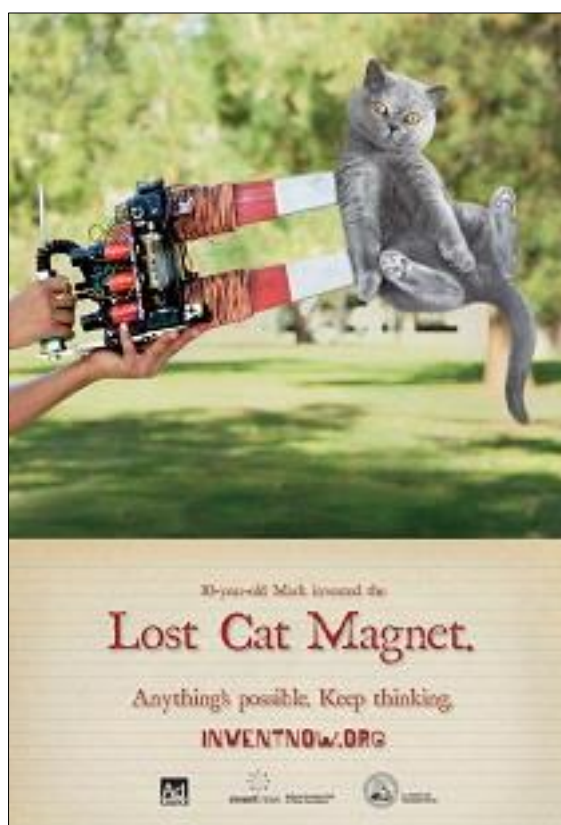
2. В последний раз ВПТЗ США проводило крупную национальную информационно-пропагандистскую кампанию в области ИС в 2007-2009 гг. Для проведения той кампании ВПТЗ США установило партнерские отношения с Фондом Национального зала славы изобретателей (NIHFF) и с Советом по рекламе в отношении информационно-разъяснительного объявления социальной рекламы (PSA) и кампании средствами печатной рекламы под названием «Вдохновляя на изобретения» с целью привлечь новое поколение детей к изобретениям и инновациям. В ходе кампании использовался формат конкурса, открытого для групп учащихся на уровне начальной, средней и старшей средней школы по всей стране. Помимо вручения премий, включая программные и

---

\* Выраженные в настоящем документе мнения являются мнениями автора и отнюдь не обязательно отражают мнения Секретариата или государств-членов ВОИС.

аппаратные средства для производства видео- и звуковых программ, победившие в конкурсе работы были предоставлены в распоряжение СМИ по всей стране. Цель кампании состояла в том, чтобы сделать изобретения и выработку новых идей частью жизни американских детей и одновременно познакомить детей с тем, как изобретения охраняются патентами, товарными знаками и другими видами ИС. В фокусе внимания кампании были дети в возрасте от 8 до 11 лет, а цель заключалась в том, чтобы побудить их заниматься изобретениями и инновациями как частью их образования, а позднее и как их профессиональной карьерой. Ко времени завершения кампании 15 марта 2009 г. на веб-сайте кампании было зарегистрировано более 85 000 детей.

3. Работа-победитель называлась *Магнит с потерянной кошкой*, и в виде печатной, радио- и визуальной рекламы она получила распространение по всей территории США в печатных и зрительных средствах массовой информации.

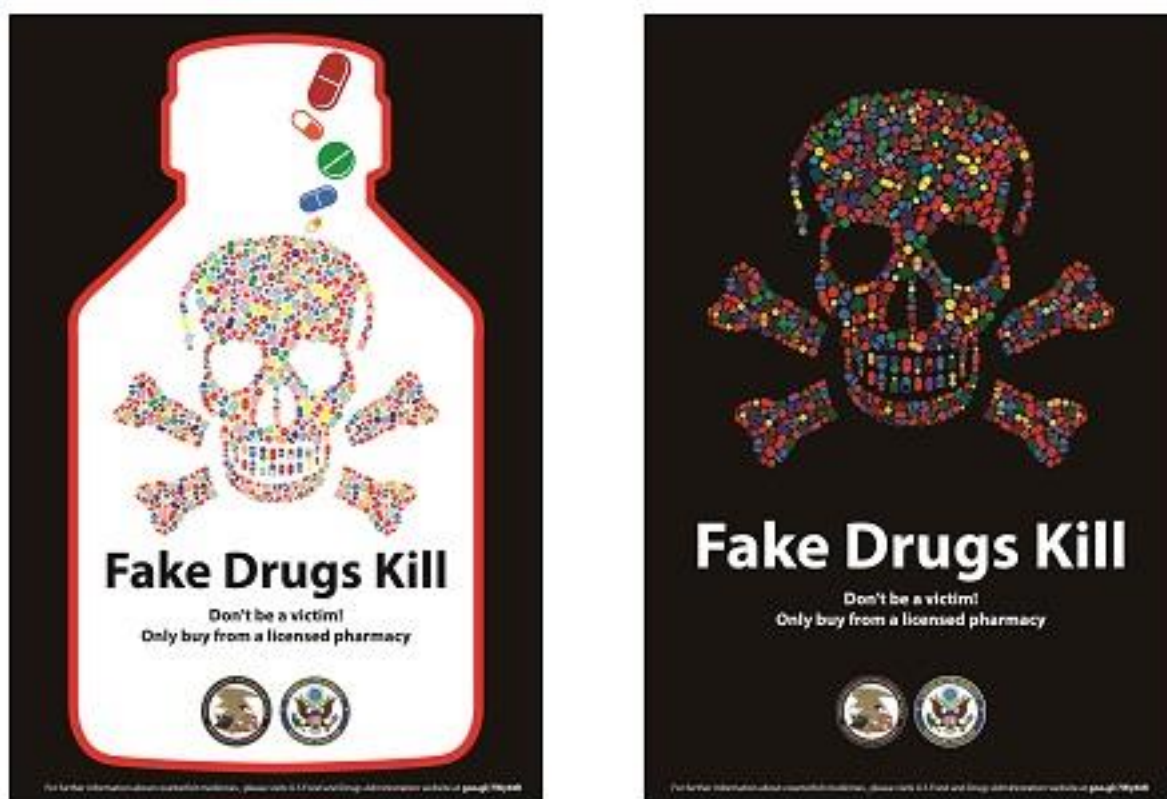


*Магнит с потерянной кошкой*. Плакат с фотографическим изображением

4. В последнее время ВПТЗ США сосредоточилось на проведении более локализованных кампаний на международных рынках через посредство своей программы «Региональный атташе ИС». Примером этого стала кампания под названием «Поддельные лекарства убивают», проведенная в Таиланде Региональным атташе ИС ВПТЗ США для Юго-Восточной Азии в конце 2013 г. и в начале 2014 г., а затем вновь в конце 2015 г.; кампания проводилась в течение двухмесячных периодов в наиболее популярных среди туристов местах и районах, а также в главном международном аэропорту в Бангкоке, Таиланд. Кампания началась в ходе публичного семинара, организованного совместно Ассоциацией общинных фармацевтов Таиланда, Бангкокской ассоциацией частных больниц и Партнерством за безопасные лекарства. Используя тэглайн *Поддельные лекарства убивают* на плакатах и в рекламных материалах, эта целевая кампания предназначалась для повышения осведомленности среди иностранных туристов, приезжающих в Таиланд, о том, что их здоровье ставится под

угрозу в результате покупки контрафактных или поддельных лекарств в нелегальных аптеках и у уличных продавцов. Кампания была разрекламирована посредством сочетания рекламных указателей и экранов электронных информационных табло в местах и районах высокой концентрации туристов, включая зоны иммиграционного и таможенного контроля и получения багажа в международном аэропорту Суварнабхуми, а также в торговых районах в Бангкоке, городе Паттайе в провинции Чонбури и в городе Чиангмае.

5. Конкретно выбранные места предназначались для максимального охвата иностранных туристов, а также местных жителей. Плакаты, получившие распространение в ходе кампании, выставлялись в общей сложности 412 703 раза во всех этих различных местах и были увидены примерно 40,5 млн раз, не считая распространение главной идеи этой кампании через социальные сети, а именно в YouTube, через веб-сайт посольства США и его аккаунты в сетях Facebook и Twitter.



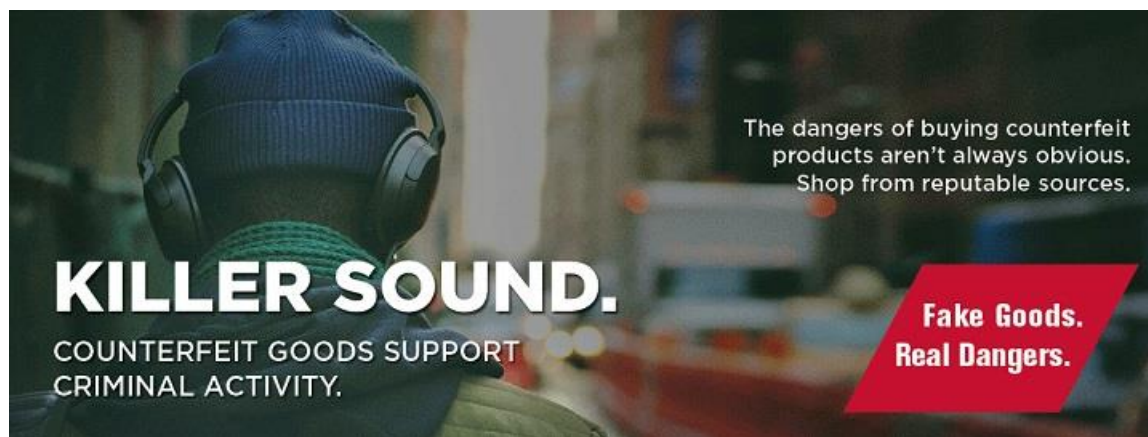
*Поддельные лекарства убивают. Плакаты*

6. Через свою программу «Региональный атташе ИС» ВПТЗ США проводит и другие международные кампании, и с ним консультируются другие правительственные учреждения и организации, такие как Управление ООН по наркотикам и преступности, в отношении других информационно-разъяснительных кампаний.

## В. ДРУГИЕ КАМПАНИИ ПРАВИТЕЛЬСТВА США

7. В последнее время кампании проводятся и другими правительственными учреждениями США, включая Бюро таможенного и пограничного контроля США (БТПК), которое провело недавно кампанию во время сезона праздничных покупок в 2017 г. Информационно-просветительская кампания БТПК предназначалась для иностранных

туристов в шести международных аэропортах США – в Балтиморе, Чикаго, Далласе/Форт-Уэрте, Лос-Анджелесе, Нью-Йорке и Вашингтоне, округ Колумбия, – и имела тэглайн *Поддельные товары, реальные опасности*. Кампания имела целью обратить внимание на растущие последствия приобретения контрафактных товаров, включая уменьшение числа американских рабочих мест и поддержку преступной деятельности. Эта кампания состояла в основном из печатной и компьютерной рекламы, а также сопровождающей веб-страницы: <http://www.cbp.gov/FakeGoodsRealDangers>.



Образец плаката *Поддельные товары. Реальные опасности*. Плакат

8. Другие достойные внимания кампании правительств штатов и местных органов власти включали кампании мэрии города Нью-Йорка, а также государственно-частные партнерства между муниципальными органами власти, правительствами штатов и Бюро по содействию органами правосудия Министерства юстиции США; Бюро по контролю и соблюдению иммиграционного и таможенного законодательства США; Национального координационного центра по охране прав интеллектуальной собственности (NIPRCC); и Агентства США по международному развитию (ЮСАИД). Партнерами из частного сектора в рамках этих программ были: Национальный совет по предупреждению преступности, Международная коалиция по борьбе с контрафакцией и Американская ассоциация кинокомпаний. Одним очевидным преимуществом партнерства с отраслевыми ассоциациями и группами заинтересованных сторон является потенциально более широкая сфера охвата благодаря популяризации и рекламе, в частности через социальные сети, поскольку эти организации нередко имеют больше сторонников, чем правительственные учреждения США.

## II. НЫНЕШНИЕ / ПЛАНИРУЕМЫЕ КАМАНИИ

9. После обзора прошлых усилий правительства США ВПТЗ США выявило необходимость возобновления усилий по борьбе с хищением и контрафакцией в сфере ИС, уделяя особое внимание внутреннему рынку и внутренним онлайн-потребителям. Это будет сделано посредством кампании, основанной на материалах, предоставляемых общественностью, что позволит лучше организовать просвещение общественности с охватом более широкой аудитории одновременно с максимальным использованием ограниченных внутренних финансовых ресурсов, выделяемых на такие инициативы.

10. Соответственно, в конце июля 2018 г. ВПТЗ США объявит конкурс в целях получения коротких PSA на тему контрафакции и присуждения за них наград; другие учреждения правительства США, местные учреждения и учреждения штатов, а также частный сектор приглашаются содействовать расширению этого конкурса и связанной с ним общественной кампании. Конкурс будет открыт для молодежи, учащихся старших классов и колледжей и для широкой общественности. ВПТЗ США планирует выбрать один или несколько предоставленных видеоматериалов для включения в более масштабную общественную кампанию по борьбе с контрафакцией в конце 2018/начале 2019 г. Более детальная информация о нынешних усилиях ВПТЗ США будет представлена в ходе тринадцатой сессии ККЗП.



## ПРОЕКТ «AUTHENTICITY»

*Документ подготовили г-н Хосе Антонио Кампос, генеральный директор Испанской ассоциации охраны товарных знаков (ANDEMA), Мадрид, Испания, г-н Клаудио Бергонци, генеральный директор Института по борьбе с контрафакцией «Centromarca» (INDICAM), Милан, Италия, и г-жа Дельфин Сарфати, генеральный директор Союза производителей (UNIFAB), Париж, Франция*

### АННОТАЦИЯ

«Authenticity» — это проект информирования общественности, реализуемый французской, итальянской и испанской ассоциациями товарных знаков в целях повышения осведомленности относительно необходимости защиты подлинных продуктов и местной торговли от распространения и продажи контрафактных товаров путем создания узнаваемого знака, который мог бы использоваться теми городами, которые активно поддерживают товарные знаки и местную торговлю, защищая их от контрафакции. Заинтересованный в участии в проекте город может получить статус «Authenticity», подписав Меморандум о взаимопонимании (МОВ) и начав сотрудничать с тремя вышеназванными ассоциациями в целях проведения информационно-просветительских кампаний, обучения сотрудников местных правоохранительных органов и обмена опытом конфискации контрафактных товаров с другими городами, имеющими статус «Authenticity». Еще одной целью этого проекта, который был разработан Европейским центром по наблюдению за нарушениями прав интеллектуальной собственности и в котором в настоящее время участвуют города Рим, Париж, Червиа, Малага и Аликанте, является создание сети уважающих ИС городов во Франции, Испании и Италии.

### I. ВВЕДЕНИЕ

2. Идея проекта «Authenticity» зародилась в Париже в 2014 г. на состоявшемся в рамках Европейского форума по вопросам интеллектуальной собственности совещании представителей трех национальных ассоциаций, занимающихся защитой авторских знаков от нарушений, таких как распространение и продажа контрафактной продукции, – французского Union des Fabricants (Союз производителей) (UNIFAB), итальянского Istituto Centromarca per la Lotta alla Contraffazione (Институт по борьбе с контрафакцией «Centromarca») (INDICAM) и испанской Asociación para la Defensa de la Marca (Испанская ассоциация охраны товарных знаков) (ANDEMA).

3. Идея была чрезвычайно проста: есть муниципальные образования, которые твердо убеждены в необходимости защиты товарных знаков, компаний и местной торговли от несправедливой конкуренции, создаваемой продажей контрафактных товаров. Правообладатели и объединяющие их ассоциации поддержали эту идею, создав знак, или печать, подтверждающие, что город имеет статус «Authenticity».

---

\* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не отражать мнения Секретариата или государств-членов ВОИС.

## II. ПРЕДПОСЫЛКИ

4. Рынки, в том числе, конечно же, уличные рынки, являются жизненно важными для городов и их жителей. Если проследить историю большинства европейских городов, можно сделать вывод, что первопричиной их возникновения были ярмарки и рынки на пересечении дорог, которые со временем превратились в стабильные, небольшие города.

5. В наше время люди ежедневно принимают решения в отношении потребления. Они решают, что, где и когда покупать для удовлетворения ежедневных потребностей или для отдыха и развлечений. Они решают, что им удобнее или выгоднее – покупать что-то в обычном магазине или в интернете, приобретать или нет фирменную продукцию, и – что не менее важно – покупать подлинные или контрафактные товары.

6. Для граждан наиболее близким уровнем органов государственного управления являются муниципальные власти. Именно они обычно отвечают за регулирование коммерческой деятельности, осуществляемой на управляемой ими территории в магазинах, на еженедельных ярмарках, на рынках, где торгуют экологическими продуктами, и т.п. Правила, устанавливаемые местными властями, регламентируют часы работы, места, где можно торговать товарами, и обеспечивают соответствие продаваемой продукции нормативным требованиям, в том числе нормам законодательства в области ИС. Нарушение таких правил, как правило, происходит в пределах зоны ответственности муниципальных органов.

7. Все эти соображения подводят к одному и тому же выводу: выполняемые муниципальными властями функции имеют жизненно важное значение для того, чтобы товарные знаки выполняли свое предназначение, и обеспечивают защиту товарных знаков от нарушений, особенно в виде распространения и продажи контрафактной продукции.

## III. ПРОЕКТ

8. Основываясь на нашем многолетнем опыте, мы – ANDEMA, INDICAM и UNIFAB – можем сказать, что есть такие муниципальные образования, где власти не считают защиту от контрафакции одной из своих приоритетных задач. Другие же считают это абсолютно необходимым для защиты местной торговли от нарушений любых видов. Эти муниципальные власти уверены, что проводя такую политику, они защищают не только товарные знаки и законную торговлю, но также стоят на страже здоровья и безопасности населения, обеспечивают необходимое общественное пространство, свободное от нелегальных торговцев, и поддерживают имидж своих городов.

9. Такие муниципалитеты обеспечивают охрану товарных знаков и защищают коммерцию потому, что считают это целесообразной политикой. Тем не менее, три наши ассоциации решили, что следует выразить им благодарность от имени производителей подлинной продукции, надлежащим образом отметив эти усилия.

10. В конце 2014 г. Европейский центр по наблюдению за нарушениями прав интеллектуальной собственности при Ведомстве интеллектуальной собственности Европейского союза (ВИСЕС) начал реализацию программы финансирования мероприятий по повышению осведомленности относительно прав ИС и борьбы с контрафакцией, в рамках которой первоочередное внимание уделялось деятельности на муниципальном уровне. ANDEMA, INDICAM и UNIFAB подали совместную заявку на

получение одного из грантов в рамках этой программы. Из 120 проектов было отобрано всего лишь 11, среди которых оказался проект «Authenticity».

#### IV. ЦЕЛИ ПРОЕКТА «AUTHENTICITY»

11. Осуществляя проект «Authenticity», три наши ассоциации преследуют три главные цели:

- создание логотипа, который будет служить отличительным знаком признания заслуг тех муниципалитетов, которые известны своей деятельностью в поддержку торговли подлинной продукцией и борются с распространением и продажей контрафактных товаров. Они могут использовать этот логотип на своих веб-страницах, в официальных письмах и документах. Логотип выглядит следующим образом:



- подписание МОВ между ANDEMA, INDICAM и UNIFAB и городами, которые желают получить статус «Authenticity», с тем чтобы проводить информационно-просветительские кампании, организовать обучение сотрудников местных правоохранительных органов, совершенствовать процедуры конфискации контрафактных товаров и т.п.;
- создание сети, объединяющей французские, итальянские и испанские города, имеющие статус «Authenticity», которые могли бы обмениваться передовым опытом и сотрудничать в борьбе с контрафакцией.

#### V. ПЕРВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

12. Официальная презентация проекта «Authenticity» состоялась в сентябре 2015 г. в Каннах, Франция. С тех пор о проекте стало известно многим городам и учреждениям.

13. В Испании проект «Authenticity» был сначала представлен Коалиции испанских городов и провинций и Ассоциации муниципалитетов Каталонии. Затем, после того как было направлено соответствующее письмо мэрам крупнейших городов, были проведены совещания с участием представителей многих муниципальных образований, в числе которых Севилья, Овьедо, Хихон, Ла-Корунья, Альбасете, Касерес, Малага, Аликанте, Валенсия, Санта-Крус-де-Тенерифе, Сантандер, Бильбао, Пальма-де-Майорка, Паленсия, Бадахос, Сеговия, Логроньо и Куэнка. Во Франции проект был представлен властям следующих муниципальных образований: Париж, Канны, Лё-Канне, Мандельё-ля-Напуль, Мужен, Теуль-сюр-Мер, Антиб, Ментон, Ницца, Сен-Лоран-дю-Вар, Сен-Тропе, Валлорис, Вильнёв-Лубе, Жуан-лё-Пен и Марсель. И наконец, в Италии проект был представлен префектуре Рима и Министерству экономического развития.

14. Аликанте, Испания, стал первым городом, получившим статус «Authenticity». С тех пор другие города, в том числе Малага, Париж, Рим и Червиа, проявили заинтересованность в участии в проекте.

## VI. МАТЕРИАЛЫ

15. Помимо МОВ и логотипа Authenticity, три ассоциации разработали два важных элемента, необходимых для распространения информации о проекте: специальный веб-сайт и кампанию «Подлинное вечно. Вместе против подделок» на трех языках – французском, итальянском и испанском.

16. Веб-страница <http://authenti-city.eu> содержит описание проекта, перечень городов и информацию о мероприятиях, которые могут проводиться в рамках проекта.



17. Кампания «Подлинное вечно. Вместе против подделок» была официально начата в октябре 2016 г. В Испании плакаты с рекламой кампании были вывешены в пред Рождественские дни на железнодорожных вокзалах Валенсии, Малаги, Севильи, Барселоны и Мадрида. В Италии эта кампания была развернута на улицах Рима, где было установлено 1 500 рекламных щитов. Во Франции объявления о кампании можно было увидеть в парижском метро с 9 по 13 ноября 2016 г.



18. В цифровой среде информация о кампании публиковалась на веб-странице проекта «Authenticity», на веб-сайтах членов наших ассоциаций и в социальных сетях, в основном в Facebook, благодаря чему о нашем проекте узнали более 4,2 млн человек во Франции, Италии и Испании.

## VII. БУДУЩЕЕ ПРОЕКТА

19. Проект «Authenticity» оказался невероятно успешным. Хотя изначально он финансировался Европейским центром по наблюдению за нарушениями прав интеллектуальной собственности и был реализован в 2015-2016 гг., его результаты продолжают оказывать свое положительное воздействие по сей день.

20. Недавно ВИСЕС предложило свою помощь в реализации проекта национальным ведомствам ИС. Национальные ведомства некоторых стран, в том числе Германии, Мальты и Польши, выразили заинтересованность в разработке аналогичных проектов в своих странах.

21. В 2017 г. в Барселоне состоялся Всемирный конгресс Международной ассоциации по товарным знакам (INTA). В рамках этого конгресса был организован круглый стол, в ходе которого проект «Authenticity» был назван одним из ключевых элементов борьбы с контрафакцией, и атташе Соединенных Штатов Америки по вопросам ИС выразил заинтересованность в реализации этого проекта в США. INTA со своей стороны также выразила заинтересованность в распространении проекта за пределы США.

22. В заключение следует отметить, что у проекта, по всей видимости, многообещающее будущее. Он дает возможность городам со статусом «Authenticity», объединенным в продолжающуюся расширяться сеть, сотрудничать друг с другом в трудной и неравной борьбе с контрафакцией.

## **RESPECT ©COPYRIGHT! – ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ РАБОТА В ОБЛАСТИ АВТОРСКОГО ПРАВА СРЕДИ УЧАЩИХСЯ**

*Документ подготовлен г-жой Клаудией Кемпф, руководителем Департамента по работе с членами, Общество авторов музыкальных произведений и музыкальных издателей Швейцарии (SUISA), Цюрих, Швейцария\**

### **АННОТАЦИЯ**

Школьный проект respect ©copyright! («С уважением к авторскому праву») создан пятью швейцарскими обществами управления правами с тем, чтобы рассказать молодежи об авторском праве и ценности творческого труда. Проект respect ©copyright! предусматривает интерактивное знакомство подростков в возрасте от 12 до 16 лет с основами авторского права в рамках обычных учебных часов. Учащиеся вместе с музыкантом пишут песню и могут лично обсудить с ним изучаемую тему. Таким образом подростки в непринужденной манере знакомятся с условиями работы артистов и творческим и культурным ландшафтом Швейцарии. Задача проекта respect ©copyright! состоит не в том, чтобы путем угроз и предостережений внушить молодым людям страх, но помочь им понять суть творческого труда. Проект respect ©copyright! предлагается к изучению двенадцатый год подряд, что свидетельствует о его успехе. К настоящему времени охвачено более 239 школ и проведена работа с порядка 39 440 учащимися.

### **I. RESPECT ©COPYRIGHT! – ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ РАБОТА В ОБЛАСТИ АВТОРСКОГО ПРАВА СРЕДИ УЧАЩИХСЯ**

1. Проект respect ©copyright! был создан в 2006 г. пятью обществами управления правами Швейцарии PROLITTERIS, SUISA, SUISSIMAGE, SSA и SWISSPERFORM с тем, чтобы донести до молодежи важность уважения авторского права и ценность творческого труда.



#### **A. КОНТЕКСТ**

2. Проект появился на волне активного распространения в интернете сайтов-файлообменников, которые стали для молодежи главным источником получения музыкальной продукции и все чаще кинофильмов. В Швейцарии скачивание охраняемого авторским правом контента считается законным, даже если источник информации незаконен. Однако запрещено размещение (закачивание) такого контента. Поскольку масса молодых людей выкладывали в сети файлообменников музыку и фильмы (часто не отдавая себе отчет в том, что они делают), требовались оперативные меры.

3. Молодежь представляет собой весьма привлекательную целевую аудиторию. Международные компании выделяют значительные средства на то, чтобы привлечь именно эту целевую группу. Однако общества управления правами находятся в другой

---

\* В настоящем документе изложено мнение автора, которое может не совпадать с мнением Секретариата или государств – членов ВОИС.



ситуации. В их случае речь не шла о том, чтобы проводить масштабные акции или презентации. Нужно было найти другие, менее дорогие, пути выхода на нужную целевую аудиторию. В свете этой логики имело смысл наладить взаимодействие со школами, поскольку вопросы авторского права и изучения СМИ в более широком смысле связаны с учебными программами.

## В. ПЛАН ДЕЙСТВИЙ ТРЕХ УРОВНЕЙ

### Пособие для преподавателей

4. В Швейцарии образование и культурное воспитание являются преимущественной сферой ответственности кантонов. Они координируют соответствующую работу на национальном уровне. Для этого создан политический орган в составе 26 кантональных директоров, курирующих вопросы образования, – Швейцарская конференция кантональных директоров по вопросам народного образования (CDIP). В первую очередь совместно с CDIP была издана 16-страничная брошюра для преподавателей «A bon droit» («По праву»), в которой изложены основы, история развития и принципы фактического применения авторского права в образовательной сфере. Данное пособие распространялось исключительно через CDIP, который является единственным органом, имеющим прямой выход на все школы. Пособие было издано двумя следовавшими один за другим тиражами и было заказано более чем 70 тыс. преподавателей. Мы отказались от его дальнейшей публикации в бумажном виде, и сегодня эта информация для педагогов доступна в режиме онлайн по адресу [www.educa.ch](http://www.educa.ch).



### Дидактический материал

5. Вторым шагом стала публикация дидактического материала в форме газеты-таблоида, предназначенной для учащихся; материал был подготовлен совместно с издательством, специализирующимся на подобных учебных пособиях. На страницах этой газеты известные артисты рассказывают о творческом процессе и повседневной жизни творческого деятеля и обсуждают различные аспекты авторского права. Благодаря этому дидактическому материалу и соответствующим проверочным заданиям педагоги могут самостоятельно преподавать эту дисциплину в школах и предлагать ее углубленное изучение. В настоящее время эти материалы более не издаются в печатном виде; получить их можно в режиме онлайн по адресу ([www.respectcopyright.ch](http://www.respectcopyright.ch)).



### Интерактивный урок

6. В-третьих, был разработан проект respect ©opyright!, в рамках которого специалист и известный артист в течение часа рассказывают об авторском праве в увлекательной манере. Проект respect ©opyright! в диалоговом режиме знакомит подростков в



возрасте от 12 до 16 лет с основами авторского права. Школы могут бесплатно запросить проведение такого мероприятия, которое проводится в рамках учебных занятий и нередко приурочено к той или иной тематической неделе.



7. Учащиеся вместе с музыкантом работают над песней и могут напрямую обсудить с ним соответствующую тему. Таким образом молодежь в непринужденной манере знакомится с условиями работы артистов и творческим и культурным пейзажем Швейцарии. Такая встреча позволяет ответить на следующие вопросы: могу ли я скачивать из интернета текст, изображения, музыку и передавать их; какой контент я могу законно размещать в социальных сетях; как живут и зарабатывают на жизнь артисты; о чем нужно помнить при создании компакт-диска, видеоматериала, текста, изображения. Молодые люди восприимчивы к тому, что они сами создают произведение, например когда пишут школьное сочинение, и, будучи создателями творческого продукта, имеют на него те же права, что и их кумиры.

8. Проект respect ©opyright! предлагает педагогам и учащимся принять участие в занимательном, творческом, профессионально подготовленном уроке. Информация об авторском праве доносится до аудитории в увлекательной манере с использованием музыки, игр, юмора. Основная идея проста – «Уважайте творческий труд и интеллектуальную собственность и уважайте авторов!». Участие известных артистов повышает привлекательность мероприятия, помогает обеспечить конструктивную атмосферу и, таким образом, способствует большему внутреннему принятию и осознанию идеи. Школьники получают урок, который в их памяти связан с положительным событием и, следовательно, обещает быть усвоенным в определенной степени.

9. Все отзывы школ были положительны, и интерес к проекту respect ©opyright! сохраняется. К настоящему времени в рамках этой работы были охвачены более 239 школ; в одном лишь прошлом году мы посетили 49



средних учебных заведения. С тем чтобы оптимальным образом сбалансировать расходы разных участников, мероприятия организуются не для отдельных классов, а – по мере возможности – одновременно для нескольких параллельных классов. Опыт показывает, что оптимальное число участников такого урока составляет от 70 до 200 человек. За прошедшие одиннадцать лет благодаря нашему проекту порядка 39 440 молодых людей ознакомились с азами авторского права.

### respect ©opyright! сегодня

10. Сегодня благодаря многочисленным законным источникам, предлагаемым в интернете, ситуация несколько другая, чем десять лет назад. Однако информационно-просветительская работа в области авторского права среди молодежи не потеряла свою актуальность, поскольку произведения, охраняемым авторским правом, становятся все более доступными в интернете, а их «дальнейшее» использование упрощается. В этих условиях пять швейцарских обществ управления правами продолжают реализацию проекта respect ©opyright!, еще больше акцентируя внимание на ценности творческой работы в рамках уроков. Проект respect ©opyright! с самого начала был ориентирован не на то, чтобы угрозами и предостережениями вселить в молодых людей чувство страха, но объяснить им, в чем заключается труд творческих людей. Сегодня в рамках проекта respect ©opyright! мы говорим о принципе «все даром», получившем широкое распространение, и ставим фундаментальный вопрос ценности культуры. Какую ценность культура имеет лично для меня? Демонстрируя взаимосвязи, существующие в культурной отрасли, мы призываем к ответственности каждого пользователя. Основная идея, которую артисты доносят в школьных беседах, формулируется так: «судьба следующего произведения твоего любимого артиста – в твоих руках; отчасти ты несешь ответственность за то, чтобы этот артист мог и дальше выпускать новую музыку, новые книги, новые фильмы и т.д.»



### Сотрудничество с артистами

11. Благодаря этой положительной направленности проекта убедить знаменитых артистов принять в нем участие не составляет большого труда. Очевидно, что непосредственный контакт с творческим человеком вызывает большой интерес у молодежи. Но это работает и другую сторону: артисты приобретают ценный опыт, лично общаясь со своими юными поклонниками. Таким образом, данное сотрудничество имеет свои преимущества для всех участников.

### Перспективы

12. Проект respect ©opyright! постоянно адаптируется к современным условиям и дополняется новыми элементами. В этом году планируется провести национальный конкурс под названием «Кто напишет лучший текст для рэпа». Учебный класс, победивший в этом конкурсе, сможет выступить вместе с известным артистом на одном из популярных фестивалей и получит запись этого выступления. Кроме того,



совместно с различными ассоциациями мы намерены запустить новую интерактивную онлайн-платформу по вопросам авторского права.

Дополнительная информация размещена по адресу: [www.respectcopyright.ch](http://www.respectcopyright.ch).

[Конец документа]