

WIPO/ACE/10/21

الأصل: بالإنكليزية

التاريخ: 20 يوليو 2015

اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاد

الدورة العاشرة

جنيف، من 23 إلى 25 نوفمبر 2015

مبادرات مكتب الإعلانات التفاعلية (IAB) في بولندا بشأن الإعلانات في غير موضعها على الإنترنت بهدف مكافحة التعدي على حقوق الملكية الفكرية

من إعداد السيد ولدزيميرز شميدت، رئيس مكتب الإعلانات التفاعلية في بولندا ورئيسه التنفيذي، وعضو مجلس إدارة مكتب الإعلانات التفاعلية في أوروبا، وعضو مجلس إدارة الهيئة البولندية للإعلان*

ملخص

تأتي أهمية مشكلة تعدي مواقع الانترنت، التي تجني أرباحها من الإعلانات، على حقوق الملكية الفكرية، من أنها تجلب معها عواقب طويلة الأمد لا على الصعيدين الأخلاقي والاجتماعي فحسب، بل على الصعيد المالي أيضاً. أي أن الجميع سيخسر إما على المدى القريب أو البعيد. "أعلن بوعي. مبادرة للدعاية العادلة" هي مبادرة أطلقتها مكتب الإعلانات التفاعلية في بولندا¹ كأول مبادرة "تتبع الأموال" في البلاد، وواحدة من أولى المبادرات في الاتحاد الأوروبي. وتهدف هذه المبادرة إلى تعزيز عرض الإعلانات على مواقع الإنترنت، ذات المحتوى القانوني، التي تحترم قانون حق المؤلف. وتبين التجربة أن مفتاح تطوير مبادرات ناجحة ضد الإعلانات في غير موضعها، هو التزام نهج طوعي ومرن يضم أكبر عدد ممكن من المعنيين.

* تعبر الآراء الواردة في هذه الوثيقة عن رأي الكاتب الشخصي، ولا تعكس بالضرورة رأي الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.

¹ مكتب الإعلانات التفاعلية في بولندا هو منصة التواصل والمعرفة في مجال الدعاية والتسويق الرقمي التفاعلي في بولندا. ومهمته الرئيسية هي تعزيز وتطوير السوق الرقمي والتفاعلي عن طريق نشر المعلومات عن مبادرات وأنشطة التواصل والدفاع عنها وضبطها وتنظيمها والبحث فيها. وباعتباره أحد الشركات الرائدة في الاقتصاد الرقمي في أوروبا الوسطى والشرقية، يتخذ المكتب إجراءات تتعلق بجوانب مختلفة من الإعلانات التفاعلية. وقد أصبح المكتب من خلال تغطيته للشؤون العامة الداخلية وحشد الدعم والتعليم والتنظيم والترويج، صوت صناعة الإعلان التفاعلية إلى المسوقين والمجتمع التفاعلي.

1. إن مشكلة تعدي مواقع الإنترنت، التي تجني أرباحاً من الإعلانات، على حقوق الملكية الفكرية، هي مشكلة بالغة الأهمية لأنها تجلب معها عواقب طويلة الأمد أخلاقية واجتماعية بل ومالية أيضاً. إن الخدمات التي تتيح النفاذ غير القانوني إلى المحتوى تحدث تغييرات في كل النظام الحيوي للإنترنت وسلسلة قيمه. وسواء على المدى القصير أو الطويل، سيخسر الجميع: أصحاب الحقوق والناشرون والمعلنون والوكالات ومكتب التداول في الوكالات والمنصات المخصصة للطلب وشبكات الإعلانات وبيوت المزاد ومنصات تداول مساحات الإعلانات على الإنترنت والمنصات المخصصة للعرض.
2. ووفقاً لما أظهره تقرير شركة برايس ووترهاوس كوبرز "تحليل أثر قرصنة الفيديو على الاقتصاد في بولندا"، فقد خسر الاقتصاد البولندي في عام 2013، ما بين 500 إلى 700 مليون زلوتي، من الناتج المحلي الإجمالي، كما قدرت الخسائر المباشرة للخزينة بين 170 إلى 250 مليون زلوتي. وتجاوزت إيرادات المواقع المتعدية على حقوق الملكية الفكرية، وفقاً لتقرير "مستقبل منصات الفيديو على الإنترنت في بولندا" الذي نشره مكتب الإعلانات التفاعلية في بولندا في أواخر عام 2013، مبلغ 50 مليون زلوتي وهو ما يمثل 2.5 بالمائة تقريباً من إجمالي نفقات الإعلانات التفاعلية.
3. ولا حاجة للحديث عن الدور الأساسي للإعلانات الرقمية في المساعدة على تمويل المحتوى الرقمي وخدماته وتطبيقاته مما يجعلها متاحة بشكل واسع بكلفة قليلة أو معدومة، إضافة إلى دفع عجلة النمو في القطاع الرقمي.
4. وضّح الإعلان الرقمي في عام 2014 قرابة 30.7 مليار يورو في اقتصاد الإنترنت الأوروبي (بزيادة في النمو بنسبة 11.6 بالمائة) كما يضحّ الإعلان الرقمي باستمرار المزيد من الأموال في الاقتصاد الرقمي. وفي عام 2006، بلغت قيمة سوق الاتحاد الأوروبي نحو 6.6 مليار يورو، مقابل 27.3 مليار يورو في عام 2013. وتشكل هذه القيمة زيادة في الإنفاق بمبلغ 20.7 مليار يورو ترجمت على أرض الواقع بمعدل نمو سنوي مركب بلغ 22.5 بالمائة، أي بمعدل 3 مليار يورو لكل سنة.
5. وعلى الرغم من بلوغ معدل النمو 11.9 بالمائة في عام 2013 مقارنة بزيادة بنسبة 0.1 بالمائة من الناتج المحلي الإجمالي للاتحاد الأوروبي بأكمله، لا يزال قطاع الإعلان الرقمي متفوقاً على الاقتصاد العام للاتحاد الأوروبي.
6. وتتميز المواقع التي تسهل النفاذ غير القانوني إلى المحتوى ببعض المزايا التنافسية على باقي القنوات القانونية لتوزيع المحتوى: لأنها لا تتطلب أي رسوم ترخيص، وتتيح نفاذاً إلى المحتوى، مجاناً أو بأسعار أرخص بكثير، في ذات وقت العروض الأولى للمصادر القانونية أو قبلها. وهي، في الوقت نفسه، تدر أرباحاً على أصحابها بفضل الإعلانات أو نماذج المحتوى المدفوع.
7. ووفقاً لتقرير شركة برايس ووترهاوس كوبرز، فقد استخدم 7.5 مليون بولندي خدمات الفيديو التي تتعدى على حقوق الملكية الفكرية. ودفع ما نسبته بين 29 بالمائة و 49 بالمائة من هؤلاء المستخدمين مرة واحدة على الأقل مقابل النفاذ إلى المحتوى.
8. ووفقاً للبيانات التي جمعها مكتب الإعلانات التفاعلية في أوروبا، فإن مبادرات الإعلانات في غير موضعها تنحدر من مبادئ الولايات المتحدة الأمريكية التوجيهية لضمان الجودة التي صدرت عام 2010. وأطلقت في الولايات المتحدة في فبراير 2015 مبادرة ثانية بعنوان "المعايير الجوهرية لضمان إعلانات رقمية فعالة".
9. وفي أوروبا، أُطلقت مبادرات ضد الإعلانات في غير موضعها في تسع دول مختلفة حتى الآن: النمسا والدانمرك وفرنسا وإيطاليا وهولندا وبولندا وسلوفاكيا وإسبانيا والمملكة المتحدة. وكانت مبادرة "أعلن بوعي. مبادرة للدعاية العادلة" في بولندا من أوائل هذه المبادرات. وقد لاقت المبادرة، التي أُطلقت في يونيو 2014 للترويج للشركات المدرجة على اللائحة البيضاء وتعزيز شفافية التدابير التي تتخذها الشركات لمنع الإعلانات في غير موضعها على المواقع المتعدية على حقوق المؤلف، نجاحاً في جمع 15 موقعاً.

10. وقد أطلق مكتب الإعلانات التفاعلية في بولندا عددا من المبادرات المتعلقة بحماية الملكية الفكرية. لأنه يعتبر أن رفع مستوى الوعي بأهمية حق المؤلف وحقوق الملكية الفكرية الأخرى هي مسألة بالغة الأهمية. ويرى المكتب أن هناك حاجة لتثقيف مستخدمي الإنترنت ومشغلي النظام الحيوي للإعلانات، على السواء، حول حق المؤلف وحقوق الملكية الفكرية الأخرى ولهذا السبب، يقود المكتب، بالإضافة إلى مبادرة "أعلن بوعي. مبادرة للدعاية العادلة"، مبادرة أخرى هي: "شاهد بطريقة قانونية".

11. وتهدف مبادرة "شاهد بطريقة قانونية" إلى تشجيع التوزيع القانوني للفيديو ومساعدة مستخدمي الإنترنت على تحديد خدمات الفيديو الآمنة والمرخصة. وتقدم الخدمات التي توزع هذا النوع من المحتوى طلبا للحصول على ضمان الجودة الذي يمنحه مكتب الإعلانات التفاعلية في بولندا بالتشاور مع مشرفي مبادرة "شاهد بطريقة قانونية". ويقدم الموقع المخصص الموجود على الرابط: (<http://ogladaj-legalne.pl>)، معلومات عن المبادرة ولأئحة المواقع والكيانات المشاركة في المبادرة. ويعتبر هذا الموقع مصدر معلومات عن توزيع الفيديو القانوني على الإنترنت في بولندا منذ عام 2012.

12. ومثلما ذكر من قبل، فقد بدأ مكتب الإعلانات التفاعلية في بولندا تنفيذ حملة "أعلن بوعي. مبادرة للدعاية العادلة" في يونيو 2014. وهي أول مبادرة بشأن "تتبع الأموال" في بولندا ومن الأوائل في الاتحاد الأوروبي. وتهدف المبادرة إلى ترويج نشر الإعلانات على مواقع الإنترنت ذات المحتوى القانوني الذي يحترم حق المؤلف. ويسعى المكتب إلى رفع مستوى الوعي بين المسوقين بأن نشر إعلاناتهم على المواقع التي تحترم القانون هو أمر جوهري سواء بالنسبة للتوسيم أو للمنتج المعلن عنه.

13. وتتوجه المبادرة بشكل رئيسي إلى المعلنين وأصحاب العلامات التجارية. وعلاوة على زيادة الوعي، تشجع المبادرة هؤلاء على أن يطلبوا من شركائهم التجاريين (أي وكالات الإعلام وشبكات الإعلانات) التأكد من نشر الإعلانات الخاصة بعلاماتهم على مواقع لا تتعدى على حقوق الملكية الفكرية. كما تقدم المبادرة مبادئ توجيهية وأمثلة على كيفية إدخال أحكام في العلاقات التعاقدية بين الفاعلين في الصناعة تنص على أن المشتريين يرغبون في أن توضع إعلاناتهم حصريا على مواقع لا تتعدى على حقوق الملكية الفكرية.

14. واعتمدت المبادرة السبل التالية:

- حثّ المعلنين والوكالات على أن يعلنوا صراحة، ضمن الاتفاقات التعاقدية، استعدادهم للحد من عرض الإعلانات على المواقع المتعدية على حقوق الملكية الفكرية؛
- تشجيع استخدام أدوات مكافحة الإعلانات في غير موضعها مثل اللوائح البيضاء؛
- تشجيع تبادل بيانات عناوين المواقع المتعدية على حقوق الملكية الفكرية، والتدابير المضادة المستخدمة للهرب من الحظر.

15. وقد حصلت المبادرة على رعاية وزير الثقافة والتراث الوطني ووزير الإدارة والرقمنة. وفي بداية 2015، حصلت المبادرة على تقدير المعهد الوطني لفنون السينما، ومُنحت تمويلا لتعزيز عملها. وشنت حملة تواصل حول المبادرة بين شهري أبريل ويوليو، وتضمنت الحملة منشورات ومحاضرات وسلسلة مقالات ومقاطع فيديو دعائية (<https://youtu.be/Ip9y7C-i46s>).

16. وجاءت المبادرة نتيجة تعاون مثير بين أصحاب الحقوق الفاعلين في صناعة الإعلان، وتقدم حاليا حولا يمكن استخدامها من قبل الأطراف المعنية. ويرى مكتب الإعلانات التفاعلية في بولندا أنه ينبغي تشجيع مبادرات مماثلة على مستوى الاتحاد الأوروبي.

17. وبينت تجربة المكتب أن مفتاح تطوير مبادرات ناجحة بشأن الإعلانات في غير موضعها هو التزام نهج طوعي ومرن ويضم أكبر عدد ممكن من المعنيين. إذ يتطور النظام الحيوي للإعلانات الرقمية بسرعة هائلة توازي سرعة تطور التكنولوجيا. ومن الأساسي، بغية السماح لهذا لقطاع بالازدهار والابتكار، لإدماج المرونة والطوعية في أي خطة لمحاربة الإعلانات في غير موضعها. لأن الابتكار في النظام الحيوي للإعلان الرقمي هو حصيلة جهود عدد لا يحصى من الفاعلين الرقميين، الذين ينبغي أن تتاح لهم جميعاً فرصة التعبير عن آرائهم ومخاوفهم المحتملة.

18. وتحت المبادرة الأطراف الموقعة عليها على اتخاذ الخطوات الملائمة لمعالجة مسألة الإعلانات على المواقع المتعدية على حقوق الملكية الفكرية. ولكن، هناك حاجة إلى جمع مزيد من التوقع من أجل استغلال إمكانيات المبادرة كاملة بما أنها لا تزال في مراحلها الأولى. ولهذا السبب، سينصب التركيز في المستقبل على المعلنين وأصحاب العلامات التجارية بهدف رفع وعيهم لأنهم هم العامل الأساسي في وضع حد لهذه الإعلانات.

19. ومن المهم فهم أنه، وعلى الرغم من إمكانية تقليص حجم الإعلانات على المواقع المتعدية على حقوق الملكية الفكرية، إلا أنه لا يمكن القضاء على هذه الظاهرة بشكل نهائي. وينبغي إدراك أوجه القصور في النظام الحيوي للإعلان على شبكة الإنترنت: إذ تقدم المليارات من الإعلانات عبر الإنترنت كل يوم، وخصوصاً بسبب تطور التقنيات ونماذج الأعمال مثل الشراء البرمجي، فلذا لا يسهل دائماً على المعنيين معرفة المواقع التي سوف تعرض عليها إعلاناتهم مسبقاً.

[نهاية الوثيقة]